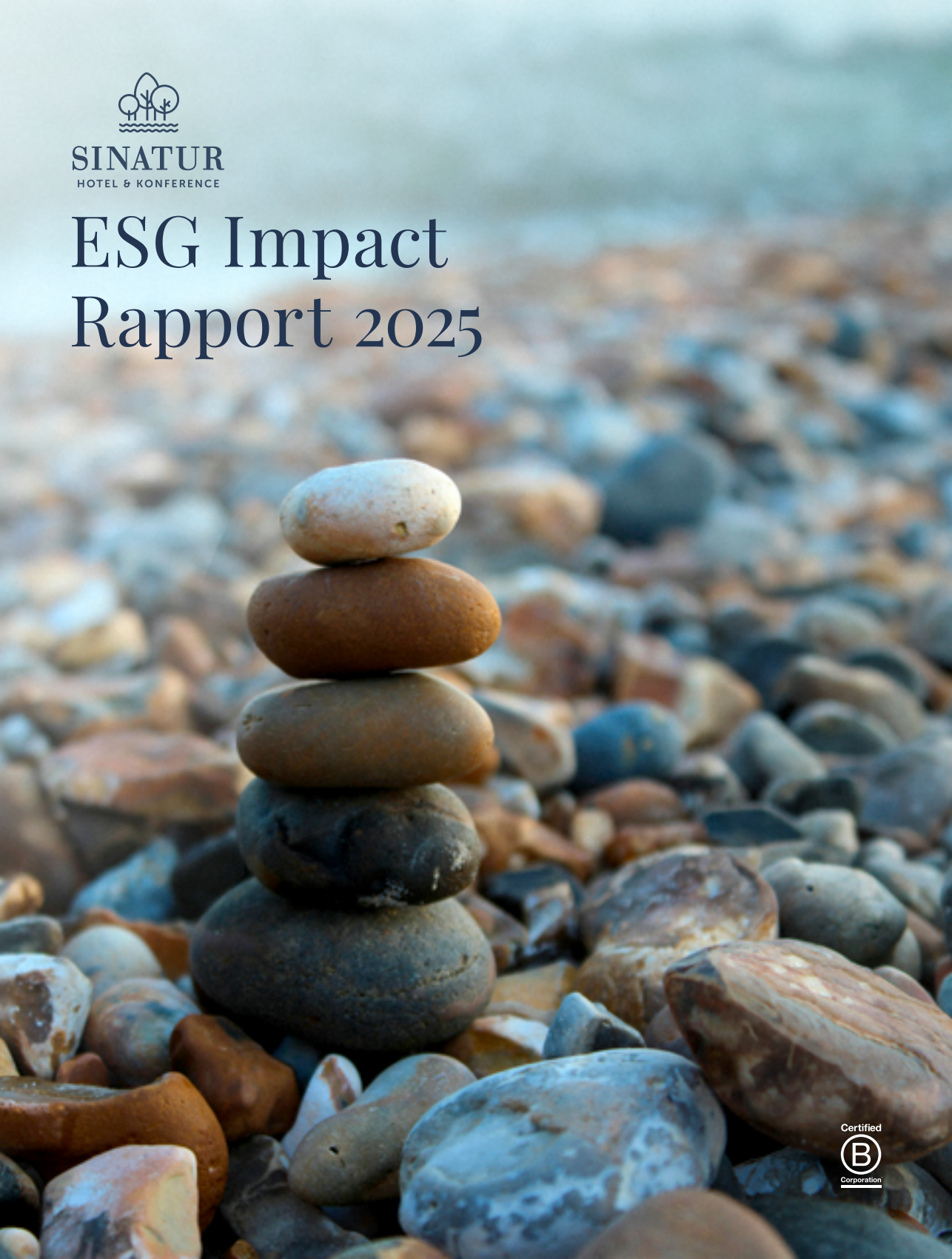




SINATUR
HOTEL & KONFERENZ

ESG Impact Rapport 2025



Om rapporten

Denne ESG Impact Rapport tager afsæt i den måde, vi driver vores hoteller på: med nysgerrighed, ærlighed og et ønske om at bidrage til noget, der rækker ud over os selv.

Rapporten er ikke kun en gennemgang af tal og resultater. Den giver et billede af, hvad vi har nået i 2025, og hvor det har bragt os hen. Men også hvad vi er i gang med at forandre frem mod 2030. Undervejs deler vi de udfordringer, dilemmaer og erfaringer, vi har gjort os.

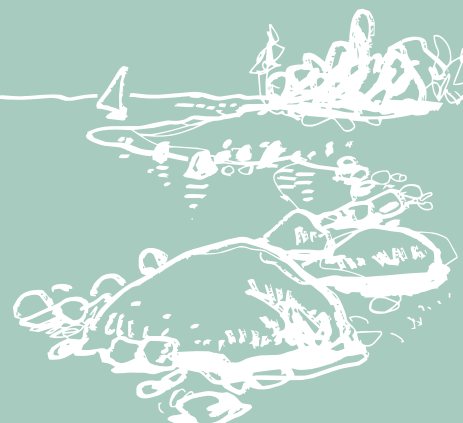
Det seneste år har mindet os om, hvor vigtigt det er at stå fast på retningen – også når omgivelserne forandrer sig. Vi tror ikke på, at nogen lykkes alene. Forandringen sker i samarbejdet. I viljen til at udfordre det, vi plejer at gøre. Og i evnen til at holde fast i det, der betyder noget – også når det er det svære valg.

Vi håber, at vores erfaringer – både de gode og de svære – kan inspirere andre i branchen og bidrage til fælles løsninger, der rækker længere end den enkelte virksomhed.

Rapporten dækker alle vores seks hoteller og udgør også vores Communication on Progress-rapportering til UN Global Compact. Samtidig er den en del af Sinaturs løbende due diligence-arbejde og samler op på fremskridt og dialog med vores interessenter om de væsentligste påvirkninger og indsatser. Rapporten supplerer også vores årsregnskab og klimaregnskab for 2025, som er udarbejdet efter GHG-protokollen og inkluderer CO2e-data for scope 1, 2 og 3.

Vores udgangspunktet er åbenhed og en stor kærlighed til den natur, vi er en del af.

God læselyst.



Indholdsfortegnelse

Ledelsesberetning	4
Sinatur Hotel & Konference og vores forretning	6
Sinaturs tilgang til ansvarlighed	8
Sådan arbejder Sinatur med ansvarlighed i hele forretningen	22
En sund forretning	24
Bedst for mennesker	40
Mad med holdning	60
Forbrug uden spild	72
En tydelig stemme	90
ESG-tabel	104
Vi giver ikke op på fremtiden	107

Vedholdenhed i en foranderlig verden

Når vi udgiver vores ESG Impact Rapport for fjerde år i træk, er det med en erkendelse af, at verden omkring os har forandret sig markant. Dengang vi for alvor satte fart på arbejdet med ansvarlighed og dokumentation under corona, troede mange af os måske, at vi bevægede os igennem en midlertidig krise. Siden er nye kriser, geopolitiske spændinger og stigende usikkerhed blevet en del af vilkårene for både virksomheder og mennesker.

Det mærkes også hos os. Strategier får kortere levetid, rammevilkår ændrer sig hurtigere, og noget af den lovgivning og de ambitioner, som tidligere satte retning for ansvarlig omstilling, bliver nu udfordret eller rullet tilbage. Det kan skabe tvivl og en følelse af afmagt. Ikke kun i erhvervslivet, men bredt i samfundet.

Netop derfor er det vigtigere end nogensinde før at have et tydeligt pejlemærke.

I Sinatur holder vi fast i vores samfundsambition om at drive hoteller på naturens præmisser. Ikke fordi vi tror, at vi har alle svarene, eller fordi ansvarlighed følger en lige linje. Tværtimod. Vi oplever også, at nogle indsatser tager længere tid end forventet, og at ambitioner må justeres undervejs. Men når verden bliver mere uforudsigelig, bliver det endnu vigtigere at vide, hvor man gerne vil hen.

Vi ønsker fortsat at have det lange lys på. Samtidig må vi erkende, at der i perioder er behov for at navigere i nærlyset. Det er et vilkår i en tid, hvor dagsordener kan ændre sig fra den ene dag til den anden, og hvor ingen virksomheder længere kan planlægge mange år frem uden løbende at revurdere kursen. For os handler det om at finde balancen mellem agilitet og vedholdenhed. Om at kunne handle i nuet uden at miste retning og substans.

Det arbejde lykkes kun, hvis ansvarlighed lever i hele organisationen.

En af vores største styrker er, at ansvarlighed ikke kun findes i strategier, rapporter eller på ledelsesgangen. Den lever hos medarbejderne og i kulturen. Vi oplever fortsat, hvordan nye talenter udvikler sig og tager ansvar, og hvordan engagementet vokser på tværs af organisationen. Det gælder både nye profiler og medarbejdere, der gennem mange år har været med til at flytte Sinatur i en mere ansvarlig retning. Vi er stolte af at være en arbejdsplads, hvor udvikling, faglighed og intern mobilitet er en vigtig del af rejsen.

Vi tror samtidig på, at ansvarlighed først for alvor får betydning, når den kan mærkes uden for vores egen organisation.



Foto: Rasmus Rønne

Derfor ønsker vi ikke kun at flytte Sinatur, men også at inspirere gæster, samarbejdspartnere og branchen omkring os. Vi håber, at de mennesker, der besøger vores hoteller, ikke kun tager hjem med et godt ophold, men også med nye perspektiver, refleksioner og oplevelser. For hospitality handler ikke kun om service. Det handler også om møder mellem mennesker, om rummelighed og om at skabe plads til nye måder at se verden på.

Vi ved godt, at vi ikke kan løse de store udfordringer alene. Men vi tror fortsat på, at virksomheder har et ansvar for at bidrage positivt til samfundet og være

med til at skabe bevægelse. Også når det er svært. Og når omgivelserne forandrer sig.

For netop i en tid præget af uro og usikkerhed bliver vedholdenhed vigtigere end nogensinde.

Sinatur Hotel & Konference og vores forretning

Sinatur Hotel & Konference består af seks unikke hoteller placeret på Fyn, Sjælland og i Jylland. Hvert hotel ligger i den smukke danske natur – omgivet af strand, skov, vandløb, søer eller bakkede ådale.

Siden Sinatur blev etableret som hotelkæde i 2007, har vi arbejdet med udgangspunkt i vores tre kerneværdier: **Nærvær, gastronomi og natur**. De er sidenhen blevet udgangspunktet for vores ambitiøse samfundsambition og strategi, hvor vi hver dag gør os umage for at drive hoteller på naturens præmisser.

Vi er ejet af Danmarks Lærerforening, og vores primære forretningsområde er at levere møde- og konferenceoplevelser af høj kvalitet – med nærvær og natur i centrum. Men vi byder også gæster velkommen til weekendophold, festlige anledninger, events og restaurantbesøg.

Vi har et hjerte, der banker for både det menneskelige og det grønne og et dagligt fokus på at drive en ansvarlig forretning. Vores samfundsambition er rettesnoren i de beslutninger, vi træffer. Og det kan kun lade sig gøre, fordi vores medarbejdere hver dag yder en kæmpe indsats for at sikre, at vi lever op til det, vi siger. Man kan sige, at vores medarbejdere er strategien.

Men vi lykkes ikke alene. Samarbejdet med vores leverandører og partnere er afgørende for, at vi kan nå vores mål. De senere år har vi derfor skærpet vores fokus. Vi prioriterer leverandører, der deler vores værdier, og som har lyst til at udvikle sig sammen med os. Det betyder, at vi stiller krav – men også, at vi investerer tid og ressourcer i samarbejdet. For løsningerne opstår i fællesskab. Vi er samtidig stolte af de mange mindre lokale leverandører, vi samarbejder med. Det betyder noget for de steder, vi er en del af, og for de fællesskaber, der er omkring os.

De senere år har vi også arbejdet mere målrettet med at afprøve nye teknologiske muligheder. Særligt i 2025 har vi testet, hvordan AI kan bruges til at styrke vores kapacitetsudnyttelse i driften. Det handler blandt andet om at blive bedre til at planlægge og bruge vores ressourcer klogere – uden at gå på kompromis med kvaliteten. Og her kan vi se, at det virker. Pointen er ikke teknologien i sig selv. Det er, hvad den giver os mulighed for. Når vi frigør tid i driften, kan vi bruge den dér, hvor den gør størst forskel – i mødet med gæsten. AI er derfor ikke en erstatning for det menneskelige. Det er et værktøj, der kan hjælpe os med at skabe bedre rammer for nærvær, værtskab og gode oplevelser.

Vi driver ikke kun vores forretning for vores egen skyld. Vi gør det også for at inspirere – både gæster og kolleger i branchen. For vi tror på, at omstillingen lykkes bedst, når vi arbejder sammen. Derfor taler vi ofte om, at vi når længere, når vi lægger konkurrencen til side og i stedet udvikler løsninger i fællesskab.

Med vores placering midt i naturen følger også et særligt ansvar. Vi ejer og forvalter større jord- og skovarealer, og det forpligter os til at tænke naturen ind i alt, hvad vi gør – både på land og i vand. Arbejdet med at styrke biodiversiteten kræver samarbejde, tid og ressourcer. Derfor har vi fokus på at prioritere de indsatser, der skaber reel værdi – velvidende at arbejdet tager tid, og at vi stadig er i gang med at finde de rigtige løsninger.

Sinatur er en stærk gruppe af seks unikke og ambitiøse hoteller, der arbejder tæt sammen om at udvikle forretningen med afsæt i vores værdier. Samtidig håber vi, at vores måde at arbejde på kan være med til at sikre, at branchen også i fremtiden er både ansvarlig, attraktiv og meningsfuld – for medarbejdere, gæster og de generationer, der kommer efter os.



Sinaturs samfundsambition

Vi driver hoteller på naturens præmisser

Sinatur's tilgang til ansvarlighed



I Sinatur er vi først og fremmest drevet af vores samfundsambition om at drive hoteller på naturens præmisser – og af vores tre værdier: Nærvær, gastronomi og natur. Helt konkret betyder det, at vi i de daglige beslutninger har for øje, om vi gør, som naturen siger, og er nærværende i vores relationer – både til hinanden og til omverdenen.

Kærligheden til naturen og respekten for den er udgangspunktet for alt, hvad vi foretager os. Som virksomhed ønsker vi at bidrage til et samfund, hvor både mennesker og natur kan trives i samspil. Det kræver nye løsninger, der får natur og mennesker til at blomstre – og det kræver, at vi tør være modige og nysgerrige. Samtidig ved vi, at ansvarlighed ikke er noget, vi skaber alene. Den opstår i samarbejdet – med medarbejdere, leverandører, gæster og de fællesskaber, vi er en del af.

Vi skal investere, teste, prøve igen og hele tiden blive klogere på, hvad vi kan lære af naturen og hinanden. Det er også her, vi

har et ønske om at gå forrest – ikke for at stå alene, men for at bidrage til en retning, som flere kan være en del af. På den måde håber vi også at kunne inspirere andre til at tage et større ansvar.

Et vigtigt fundament for det arbejde er, at vi har et godt kendskab til vores egen påvirkning og de risici, vi står overfor. Det er en afgørende forudsætning for at kunne drive en ansvarlig forretning – og derfor en vigtig del af vores strategi.

Én samlet strategi

For at kunne fastholde det fokus i hverdagen har vi placeret vores samfundsambition helt centralt i strategien. Vi har ikke en separat strategi for ansvarlighed, men én samlet forretningsstrategi med ansvarlig drift som grundlæggende ledestjerne.

For at sikre, at strategien når ud i alle hjørner af vores organisation, har vi valgt at bygge den op omkring fem strategiske spor, der tilsammen dækker hele vores forretning.

Sinatur's fem strategiske indsatsspor



En sund forretning

Økonomisk robusthed i et marked præget af usikkerhed, inflation og regression er væsentlig. Men en sund forretning kræver også, at vi skaber mere værdi for samfundet, end vi tager. Derfor er vores prioritering den regenerative værdiskabelse. Vi tager aktivt stilling til kerneforretningen, så vi kontinuerligt redefinerer standarden for, hvad hotel- og conferenceophold er, så vi fremtidsikkerer forretningen.



Bedst for mennesker

For at Sinatur kan gro, skal kulturen være livgivende, sund og nærende, så mennesker trives og udvikler sig. Vi tager ansvar for, at alle, der vil, får mulighed for at vokse og blomstre, og vi bidrager aktivt til at gøre vores fag relevant og attraktivt for kommende generationer.



Mad med holdning

I Sinatur er vi passionerede omkring den mad og drikke, vi serverer for vores gæster. Vores gastronomiske profil respekterer naturen og tager livtag med de centrale klima-, miljø- og naturmæssige udfordringer, som vi kærer os om. Kun derved kan vi sikre, at vores ansvar for klimapositivitet og biodiversitet er afspejlet i de valg, vi træffer fra jord til bord.



Forbrug uden spild

Naturen har ingen spild, der kan alt bruges, og alt spiller en rolle. I tæt samspil med vores leverandører arbejder vi i Sinatur på at blive klimapositive – binde mere CO₂e end vi udleder – og på at øge biodiversiteten mere, end vi forringer den. Derfor er dem, vi handler med, godt selskab, og vi forpligter os gensidigt til at handle sammen, fordi det sikrer, at vi når længere.



En tydelig stemme

I Sinatur insisterer vi på at gøre en forskel for verden. Både for gæsterne, for branchen og for de lokalsamfund, vi er en del af. Derfor bruger vi vores taletid på at inspirere vores gæster til at ændre vaner og tage større ansvar for naturen. Vi arbejder målrettet på, at de virksomheder, vi er i berøring med, bliver inspireret til en endnu mere ansvarlig virksomhedsdrift, ligesom vi arbejder på at skabe yderligere politisk gehør for vores mærkesager.

En ambitiøs 2030-strategi

Under hvert af de fem strategiske indsatsspor har vi defineret ambitiøse 2030-mål. Vi følger løbende op på dem og arbejder målrettet med konkrete delmål og indsatser, som er en integreret del af vores dagligdag.

I 2026 komme vi til at genbesøge målene. Siden de blev formuleret i 2019, er vi blevet klogere. Vi har fået mere viden, bedre data og flere erfaringer fra hverdagen. Det har gjort det tydeligt, at arbejdet er mere komplekst, end vi først antog – og at der er behov for løbende justeringer.



Ansvar, der forpligter – og driver os frem

I Sinatur er ansvarlighed ikke en tilføjelse til forretningen – det er forretningen. Vores ambition om at drive hoteller på naturens præmisser gennemsyrrer hele vores strategi, drift og kultur. Det er den ramme, vi arbejder inden for, og den retning, vi hele tiden stræber imod.

For at sikre, at vores tilgang er både ambitiøs, struktureret og transparent, arbejder vi med to centrale frameworks: B Corp og ESG.

Vores B Corp certificering understøtter vores strategiske fokus og giver os et helhedsorienteret og veldokumenteret afsæt for at vurdere, hvordan vi skaber værdi for mennesker, natur og samfund. Certificeringen stiller krav til hele virksomheden, og den er et vigtigt redskab til både at styre efter og blive klogere af.

Fra 2026 introducerer B Lab en ny global standard, som vi i 2025 har arbejdet med at forstå og forberede os på. Hvor certificeringen tidligere i høj grad byggede på en samlet pointscore, stiller den nye standard mere konkrete og ambitiøse krav på tværs af centrale områder som formål og interessentstyring, arbejdsvilkår,

menneskerettigheder, diversitet og inklusion, klima og ressourceanvendelse og kollektive handlefællesskaber – samt transparens og risikohåndtering. Samtidig er standarden tredjepartsverificeret og hænger endnu tættere sammen med den europæiske lovgivning. Vi arbejder hen imod at blive re-certificeret efter den nye standard i starten af 2027.

Parallelt arbejder vi inden for ESG-rammen og ser retningslinjerne fra den europæiske lovgivning som et vigtigt supplement. Hvor B Corp styrker vores retning og værdimæssige forankring, giver ESG-rammen os en struktureret metode til at arbejde med målbare indikatorer og rapportere efter fælles standarder. Vi ser det som en styrke, at der er klare forventninger og krav, som understøtter en transparent og ansvarlig virksomhedsdrift på tværs af brancher og landegrænser.

Når vi kobler vores egen strategi og tilgang med disse to frameworks, får vi både en indre drivkraft og en ydre struktur at arbejde ud fra. Det gør os i stand til at sætte ambitiøse mål – og tage konkrete skridt hver eneste dag for at nå dem.

B Corp kort fortalt

B Corp er en certificering og et globalt fællesskab af virksomheder, der arbejder for at bruge deres forretning til at skabe værdi for mere end bundlinjen. Det handler om at tage ansvar for den påvirkning, man har på mennesker, samfund og natur – og om at kunne dokumentere det.

B Labs standarder sætter rammen for, hvad ansvarlig virksomhedsdrift betyder i praksis. De bruges både til certificering og som et værktøj til løbende at måle, styre og forbedre virksomheders samlede påvirkning.

Med den nye standard, der indføres fra 2026, bliver kravene til en B Corp certificering mere konkrete og forpligtende. Dermed bliver B Corp i endnu højere grad både et kvalitetsstempel og et praktisk værktøj for virksomheder, der vil arbejde systematisk med ansvarlig udvikling.

B Corp i tal (maj 2026)

- 10.782 B Corps i verden
- 194 B Corps i Norden
- 145 B Corps i Danmark
- 162 industrier
- 104 lande

Det har vi opnået

Fordi vi har en klar strategi og ikke mindst nogle af de mest dedikerede medarbejdere, der sætter ansvarligheden først hver dag, har vi opnået en lang række mål, anerkendelser og certificeringer, som vi er meget stolte af. Det betyder ikke, at vi står stille. Der er stadig masser af arbejde foran os, for at vi kan forløse vores 2030-mål. Men vi mener stadig, at vi godt kan tillade os at fejre det, vi har opnået indtil videre.



Målsætninger, der viste sig sværere, end vi troede

Sinatur satte i 2019 et ambitiøst mål om at blive klimapositiv. Senere fulgte ambitionen om at øge biodiversiteten mere, end vi forringer den. I dag står det klart, at begge mål er langt sværere at nå, end vi troede. Men også, at ambitionerne stadig er nødvendige.

”Vi valgte at sætte de to ambitiøse mål for at skabe retning. For at presse os selv til at handle – også før vi havde alle svarene,” fortæller Claus Nielsen, administrerende direktør i Sinatur. Gennem årene er vi blevet klogere, der er kommet mere viden til, flere data og ikke mindst konkrete erfaringer fra hverdagen. Det har gjort særligt én ting tydelig – arbejdet er langt mere komplekst, end Sinatur først troede. ”Vi var nok lidt blåøjede, da vi satte målene” fortsætter Claus Nielsen. ”Det var der mange, der var – inklusive os selv.”

Men ambitionerne var ikke forkerte. Tværtimod. De har været med til at drive Sinaturs strategi, skærpe prioriteringerne og sætte gang i en lang række konkrete handlinger, som vi ikke var nået til uden målene. I dag står Sinatur derfor med en dobbelt erkendelse: At retningen er rigtig. Og at vejen derhen er mere kompleks og tager længere tid, end først antaget.

Der vil altid være en udledning

På klimaområdet er særligt én erkendelse blevet svær at komme udenom: Der vil altid være et CO₂e-aftryk forbundet med at drive hoteller. Det rejser også et mere grundlæggende spørgsmål: Hvad betyder det i praksis at tale om at være klimaneutral – eller endnu mere ambitiøst, klimapositiv?

”Hvis vi skulle fjerne vores CO₂e-aftryk helt, skulle vi i princippet lukke,” siger Claus Nielsen. ”Og så må vi stille spørgsmålet: Har vi en eksistensberettigelse? Det er en afvejning, vi er nødt til at tage alvorligt.”

Men det ændrer ikke på, at arbejdet har flyttet noget. Siden 2019 har Sinatur reduceret sin samlede udledning med næsten 3.000 tons CO₂e – svarende til en reduktion på omkring 40 %. Reduktionen er sket gennem ændringer i energiforbrug, indkøb, mad og måden hotellerne bliver drevet på.

Målet om at blive klimapositiv har været en drivkraft. Men også en anledning til at blive mere præcis i, hvad vi gør – og hvad vi ikke gør. Tidligere blev klimakompensation betragtet som en mulig løsning. I dag er tilgangen en anden. ”Vi holder os fra det,” siger Claus Nielsen. ”Det er for uigennemsigtigt. Vi vil hellere arbejde med det, vi selv kan påvirke – sammen med vores leverandører.” Og det er her, forskellen ligger – mellem det, vi kan dokumentere – og det, vi ikke kan.

Biodiversitet er ikke noget, man bare ”gør”

På biodiversitetsområdet har arbejdet især handlet om at forstå, hvad kompleksiteten faktisk består i. ”En skov er ikke bare en skov,” siger Claus Nielsen og fortsætter: ”Det kræver faglig viden, som vi ikke selv har – og der er ikke ét rigtigt svar.”

Sinatur ejer allerede større naturområder og har derfor også leget med tanken om selv at opkøbe mere natur. At det kunne være et konkret bidrag til at øge biodiversiteten. Men det viste sig hurtigt at være sværere end forventet. For det første er det dyrt. For det andet kræver det specialiseret viden at forstå, hvilke indsatser der faktisk gør en forskel.

Og så er det langt fra tydeligt, hvad der er den bedste løsning: Hvordan skaber man mere biodiversitet i praksis? Hvilke indsatser virker – og hvilke gør ikke?

Og hvordan dokumenterer man, at man faktisk forbedrer noget? Den type svar tager tid at finde.

Samtidig er arbejdet afhængigt af samarbejdspartnere. Adgang til arealer, faglig viden og konkrete projekter ligger ikke hos Sinatur alene. ”Det tager længere tid, end vi troede,” siger Claus Nielsen. ”Både at forstå, hvor vi kan gøre en forskel – og hvad næste skridt skal være.”

Ambitionerne har stadig værdi – også når de er svære at nå

Selvom de to 2030-mål er svære at nå, har de haft en effekt. De har påvirket beslutninger. Skabt retning. Og været med til at løfte niveauet i hele organisationen. ”De har fungeret som en driver,” siger Claus Nielsen. ”Vi har truffet mange bedre beslutninger på grund af dem.”

Men det har også krævet justeringer undervejs. Mere fokus på data, bedre beregningsmetoder og en større forståelse for, hvor usikkerhederne ligger.

Det er vigtigt at være ærlig – også når vi ikke når det, vi satte os for

For Sinatur er det en del af arbejdet at justere undervejs. ”Vi har et princip om ærlighed, og vi ønsker ikke at glorificere vores arbejde,” siger Claus Nielsen. Det betyder også at tale åbent om det, der ikke udvikler sig som forventet. Og de mål, der viste sig svære at nå. Ikke for at trække ambitionerne tilbage. Men for at blive klogere – og finde frem til de næste rigtige skridt.

Derfor har Sinatur i 2026 valgt at tage et nyt blik på 2030-målene for klima og biodiversitet for at vurdere, hvordan der bedst arbejdes med områderne fremadrettet. Det er en tilgang Sinatur har prøvet før. Nogle af de første 2030-mål, der blev sat tilbage i 2019, om at være affaldsfrie og vandneutrale, er siden blevet justeret i takt med, at vi er blevet klogere.

For Sinatur handler det ikke om at holde fast i målene for enhver pris. Men om at fastholde de høje ambitioner, have modet til at justere – og være nysgerrige på, hvor vi kan skabe størst positiv effekt. Og om at gøre det sammen med andre. ”Vi kan ikke løse det alene, men vi kan være med til at skubbe på – og vise, hvad der virker, og hvad der ikke gør,” slutter Claus Nielsen.



Foto: Eli Defaria på Unsplash

Sinatur's tilgang til indkøb og leverandørsamarbejder

At kende sine risici er en forudsætning for at kunne handle ansvarligt. Hos Sinatur betyder det i høj grad at forstå, hvad der ligger bag vores indkøb – og hvilke konsekvenser de kan have for mennesker, natur og klima.

Det arbejde har været i gang i flere år. Men i 2025 er det for alvor blevet samlet, systematiseret og gjort til en fast del af vores måde at drive forretning på gennem en struktureret due diligence-proces.

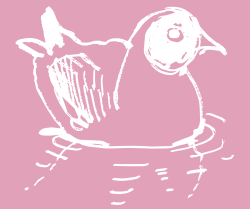
En central del af arbejdet er samarbejdet med vores leverandører. For det er her, mange af risiciene opstår – og hvor de også skal håndteres. Det kræver både tydelige krav og tæt dialog.

Louise Hauge Gliese, direktør på Storebælt Sinatur, er ansvarlig for arbejdet og fortæller her om, hvordan indsatsen er blevet en del af hverdagen, og hvad den betyder i praksis.



Vi er blevet klogere på vores indkøb

Bag selv de mest enkle indkøb ligger der valg med konsekvenser. I 2025 har Sinatur arbejdet videre med at forstå dem – og handle på dem.



I 2024 gennemførte Sinatur for første gang en større due diligence-proces med fokus på ansvarlig virksomhedsdrift. Et arbejde, der handler om at identificere og håndtere risici – både for mennesker, miljø og forretning. I praksis betyder det at se nærmere på det, der ligger bag vores indkøb. Ikke kun hvad vi køber. Men hvor det kommer fra, hvordan det er blevet produceret, og hvad det kan have af konsekvenser.

I 2025 er det arbejde blevet en del af hverdagen. "Vi er ved at få det ind under huden," siger Louise Hauge Gliese, Direktør på Storebælt Sinatur, der er ansvarlig for Sinatur's arbejde med due diligence. "Gennem det sidste år, har vi for alvor opdaget, hvor meget der faktisk er på spil – også i de små valg," fortsætter hun.

Det rigtige valg handler ikke kun om pris

En af de største erkendelser er, hvor meget leverandørvalget betyder. På tværs af de vigtigste varekategorier har Sinatur arbejdet aktivt med at vælge

leverandører, der træffer ansvarlige valg – ligesom vi selv ønsker at gøre. For bag hvert indkøb ligger der mere end pris og kvalitet. Der ligger også valg om dyrevelfærd, arbejdsforhold og påvirkning af naturen.

Det ændrer ikke på, at der stadig er risici. Men det flytter alligevel noget. "Vi kan ikke fjerne alle risici," siger Louise Hauge Gliese. "Men vi kan gøre dem mindre ved at være bevidste om dem. Og vi kan vælge, hvem vi vil arbejde sammen med."

Samtidig er det blevet tydeligt, at selv mindre ændringer i indkøb kan have betydning – især når det gælder produkter, der bruges i store mængder på tværs af alle hoteller.

Arbejdet har ikke kun ændret beslutninger. Det har ændret blikket på, hvordan Sinatur bedst træffer de mest ansvarlige beslutninger. Medarbejdere med indkøbsansvar er blevet præsenteret for de risici, der knytter sig til de kategorier, de arbejder med. Og det har sat gang i noget.

“Vi har fået en bedre forståelse for, hvor råvarerne kommer fra – og hvad det indebærer af risici,” fortæller Louise Hauge Gliese. Det handler blandt andet om arbejdsforhold og menneskerettigheder i produktionen, om klimaaftryk og transport og om påvirkning af biodiversitet og lokale ressourcer.

Og nogle gange bliver det meget konkret. Fx da Sinatur blev opmærksomme på, at de pillede hvidløg kom fra Kina. Det førte til dialog med leverandøren – og et ønske om at undersøge alternativer tættere på. Og det er netop pointen. Når man først har set det, bliver det sværere bare at vælge det samme som før. Man stopper op. Og begynder at stille andre spørgsmål til sine indkøb.

Samtaler, der rykker noget

En central del af arbejdet har været dialogen med leverandørerne. Med afsæt i den indkøbspolitik, der blev udviklet på baggrund af due diligence-processen i 2024, har Sinators indkøbsansvarlige i 2025 haft samarbejds-samtaler med 82 % af de primære leverandører og 79 % af de mellemstore.

Samtalerne har blandt andet handlet om at gennemgå leverandørscreeninger, indgå mere forpligtende samarbejdsaftaler og formulere fælles handleplaner for det videre arbejde.

Og det var ikke helt uden tvivl i starten. “Kan jeg forklare det her? Forstår jeg det selv godt nok?” Det var nogle af de spørgsmål, der fyldte hos de indkøbsansvarlige.

Men erfaringen har været tydelig. “Alle vores indkøbs-ansvarlige er vendt tilbage og har sagt, at det har været gode og konstruktive samtaler,” siger Louise Hauge Gliese. “Vi er nået længere, end vi havde forventet.”

Fra indsigt til fælles praksis

Arbejdet med indkøbspolitik og leverandørsamarbejder krævede også, at de indkøbsansvarlige blev klædt på til

opgaven. I august 2025 samlede Sinatur derfor indkøbs-gruppen for at gennemgå den nye tilgang. Forud for mødet havde deltagerne fået materialet i mindre bidder – blandt andet indkøbspolitik, samarbejdskodeks og leverandørscreening – så de kunne sætte sig ind i arbejdet og dets opbygning.

På selve dagen blev arbejdet sat i spil i praksis. Et leverandørmøde blev gennemført live, hvor deltagerne kunne følge, hvordan dialogen med en leverandør foregår – fra forventningsafstemning til konkrete spørgsmål om risici og samarbejde. “Det var vigtigt for os, at det ikke kun blev teori,” siger Louise Hauge Gliese. “Det skulle være noget, man kunne gå hjem og bruge med det samme.”

Samtidig blev resultaterne fra den dobbelte væsentlighedsvurdering og de vigtigste risici i leverandørkæden gennemgået. Det gav et fælles udgangspunkt for arbejdet og en bedre forståelse af, hvorfor det er nødvendigt.

Formålet var ikke at gøre alle til specialister. Men at give indkøbsansvarlige et fælles sprog og nogle konkrete værktøjer til at stille de rigtige spørgsmål og træffe mere oplyste valg.

Det kræver noget at vælge anderledes

Arbejdet har også gjort det klart, hvad det kræver at arbejde struktureret med risikostyring. Det kræver både tid, indsigt og vilje. Men også en erkendelse af, at bedre valg ofte koster mere. “Hvis vi vil have varer, der tager hensyn til mennesker og biodiversitet, så har de også en pris,” siger Louise Hauge Gliese. “Og så skal vi være klar til at stå på mål for det.”

Det bliver særligt tydeligt i køkkenener. Her skal beslutningerne træffes mange gange hver dag – hvad skal købes ind, hvor kommer det fra, hvad skal vi undgå? For Sinators køkken- og restaurantchefer er det ikke ét hensyn, der afgør det. Det er en afvejning – hver gang.

Og det sker i en hverdag, hvor tempoet er højt, og hvor der sjældent er tid til at dvæle længe ved hvert enkelt valg. Det er ikke altid enkelt. Men det er her, arbejdet for alvor bliver omsat til praksis.

Et arbejde, der stadig er i gang

I 2025 fik Sinatur overblik over risici i alle fødevarer- og drikkevarekategorierne, og de første non-food kategorier er også blevet kortlagt som en del af due diligence processen. Og arbejdet fortsætter i 2026.

Resten af non-food området skal også med – fra håndværkere til IT og konsulenter. Samtidig arbejdes der videre med at gøre indsigterne endnu mere anvendelige i hverdagen – blandt andet gennem kategorikort, der samler de vigtigste risici i hver indkøbskategori. “Det giver overblik og gør det lettere at handle på,” slutter Louise Hauge Gliese. Og det er i sidste ende dér, værdien opstår. Når dem, der træffer beslutningerne, kan se, at deres valg gør en forskel.

Centrale risici i Sinators indkøb

De væsentligste risici i vores værdikæde knytter sig især til følgende områder:

Mennesker og arbejdsforhold

- Risiko for brud på menneskerettigheder, herunder tvangs- og børnearbejde
- Udfordringer med løn- og arbejdsvilkår, særligt ved sæsonarbejde
- Sundheds- og sikkerhedsforhold i produktionen

Klima og miljø

- Påvirkning af biodiversitet, herunder mono-kultur og udpining af jord
- Vandforbrug i produktion (fx tekstiler)
- Forurening fra pesticider og kemikalier
- CO2e-udledning i hele værdikæden

Sinators tilgang

- Systematisk kortlægning og prioritering af risici
- Tæt samarbejde med leverandører om transparens og forbedringer
- Krav gennem indkøbspolitik, samarbejdskodeks og handleplaner
- Løbende udvikling af kategorikort til bedre beslutninger

Sinatur's certificeringer, mærkningsordninger og partnerskaber



Vi er Nordens første B Corp certificerede hotelkæde, som er en dokumentation på, at vi lever op til høje standarder både socialt, miljømæssigt og i forhold til gennemsigtighed.



Vi er medlem af Etisk Handel, der er den danske platform for virksomheder og organisationer, der arbejder for ansvarlig og bæredygtig handel, og dermed er vi også forpligtet til at arbejde med de 13 principper for etisk handel.



Vi er en del af UN Global Compact, hvor vi forpligter os til at arbejde med Global Compacts 10 principper inden for menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø, anti-korruption og de 17 Verdensmål.



Vi har et verificeret klimaregnskab, hvilket vil sige, at vi har fået kortlagt vores CO₂e-udledning efter den internationale standard Greenhouse Gas Protocol.



Vi har det Det Økologiske Spisemærke i sølv, som er en garanti for, at 60-90% af vores råvarer er økologiske.



Vi er mærket med Green Key, der er turismens internationale miljømærke, som gives til turismevirksomheder, der gør en ekstra indsats for at beskytte miljøet.



Vi fik i 2021 EU's miljøpris i kategorien Miljømanagement for implementering af en omfattende bæredygtighedsstrategi og arbejdet med CO₂e-beregninger.



Vi blev tildelt prisen som "Verdens Bedste Indkøber 2022". Prisen gives af IKA – foreningen for offentlige indkøb, Miljøstyrelsen, Etisk Handel Danmark, Forum for Bæredygtige Indkøb og Partnerskab for Offentlig Grønne Indkøb.

Sådan arbejder Sinatur med ansvarlighed i hele forretningen

– resultater, indsigter og næste skridt

Vores samfundsambition, strategi, B Corp certificering og ESG-arbejde giver os et klart kompas. Men hvis vi for alvor vil flytte noget, skal ambitionen ikke bare stå i strategien. Den skal leves i hverdagen – den skal mærkes i beslutningerne, afspejles i handlinger og kunne måles på resultater. Den skal ses i det aftryk, vi sætter.

Vores 2030-mål og de fem strategiske spor gør vores retning tydelig og vores handlinger målbare. De hjælper os med at holde kursen og med at turde gå forrest, også når det er nyt og krævende. Samtidig har vi i 2026 valgt at genbesøge målene. Siden de blev sat i 2019, er vi blevet klogere. Vi har fået mere viden, bedre data og flere erfaringer fra hverdagen – og en tydeligere forståelse af, hvor arbejdet er mere komplekst, end vi først antog. Det kræver, at vi justerer undervejs.

På de næste sider kan du læse om de resultater, vi har skabt i 2025, og om nogle af de erkendelser og erfaringer, der har formet os undervejs. Du kan også få indblik i de næste skridt, vi drømmer om at tage – og de steder, hvor vi stadig øver os, undrer os og insisterer på, at det godt kan lade sig gøre.





Governance

En sund forretning

Økonomisk robusthed i et marked præget af usikkerhed, inflation og regression er væsentlig. Men en sund forretning kræver også, at vi skaber mere værdi for samfundet, end vi tager. Derfor er vores prioritering den regenerative værdiskabelse. Vi tager aktivt stilling til kerneforretningen, så vi kontinuerligt redefinerer standarden for, hvad hotel- og conferenceophold er, så vi fremtidssikrer forretningen.



Foto: Olena Ivanova på Unsplash

Ordentlighed er ikke til forhandling

Sinatur Hotel & Konference er ejet af Danmarks Lærerforening. Vi har talt med foreningens formand, Gordon Ørskov Madsen, om, hvad der er afgørende for dem i måden, Sinatur driver sin forretning på – og hvorfor ordentlighed ikke er til forhandling.

Ordentlighed i arbejdslivet handler om mennesker – og i sidste ende om, hvilket samfund vi ønsker at være en del af.

Vi taler ofte om ansvarlighed som noget, der handler om den grønne omstilling. Og det gør det også. Men nogle valg rækker længere end det. De handler om det etiske ståsted, man vælger som virksomhed, og hvilken retning man insisterer på – også når det bliver svært.

For hvis man accepterer, at mennesker arbejder under vilkår, de ikke kan leve af, eller bliver behandlet uden

respekt, så stopper konsekvenserne ikke ved den enkelte virksomhed. De sætter sig i samfundet – i ulighed, i usikkerhed og i et arbejdsliv, som færre kan se sig selv i.

Hos Sinatur er ordentlighed ikke noget, der bliver lagt ovenpå, når der er overskud. Det er en forudsætning for forretningen.

"For os er det et princip, at Sinatur drives ordentligt," siger Gordon Ørskov Madsen, formand for Danmarks Lærerforening, der repræsenterer ejerskabet bag Sinatur. "Det betyder, at mennesker skal behandles respektfuldt, have vilkår, de kan leve af og kunne se en fremtid i deres arbejde."

For Danmarks Lærerforening handler det ikke om fine principper på papir. Det handler om at gøre det samme i praksis, som man siger højt. "Vi kan ikke på den ene side kræve ordentlige vilkår for vores medlemmer og så eje en virksomhed, hvor det ikke gælder," siger Gordon Ørskov Madsen. Derfor bliver arbejdsvilkår, bæredygtighed og økonomi ikke set som modsætninger, men som noget, der skal hænge sammen som ligeværdige dele af forretningen.

Et ansvar branchen ikke kan løbe fra

Hotel- og restaurationsbranchen er desværre ikke kendt for ordnede forhold alle steder. "Der er dele af branchen, hvor forholdene er alt andet end ordentlige. Og det har konsekvenser. Ikke kun for medarbejderne, der nogle steder bliver presset hårdt både på økonomi og arbejdstid – men for hele branchens troværdighed,"

siger Gordon Ørskov Madsen. Derfor er ambitionen også at vise, at der findes en anden vej: at man godt kan drive en virksomhed med ordentlighed som fundament, og samtidig tjene penge.

For Sinatur er medarbejderne ikke en ressource, der skal presses mest muligt ud af. De er udgangspunktet for sammenhængskraften og for gæsternes oplevelse.

"Vi har et ansvar for, at mennesker har et godt arbejdsliv," siger Gordon Ørskov Madsen. Og det handler om respekt. Om vilkår. Og om at kunne leve af sit arbejde.

Hos Sinatur kan det mærkes, at ordentlighed er noget, der leves i hverdagen – både i måden medarbejderne arbejder på og i mødet med gæsterne.

Men det handler ikke kun om Sinatur. Det handler også om branchen og det ansvar, der følger med. For hvis man begynder at acceptere dårlige vilkår som noget normalt, så ændrer det også samfundet. Og det er her, alvoren ligger. "For ellers ender vi et sted, hvor folk ikke kan leve af et fuldtidsjob," siger Gordon Ørskov Madsen. "Hvor flere må have flere jobs for at klare sig. Og hvor arbejdsliv ikke længere er noget, man kan bygge et liv på."

I sidste ende handler det ikke kun om virksomheder. Det handler om, hvad vi som samfund vil acceptere. Og hvad vi vil være med til at skabe af muligheder for mennesker.

"I virkeligheden handler spørgsmålet om ordentlighed jo om, hvilket samfund vi gerne vil have," slutter Gordon Ørskov Madsen.

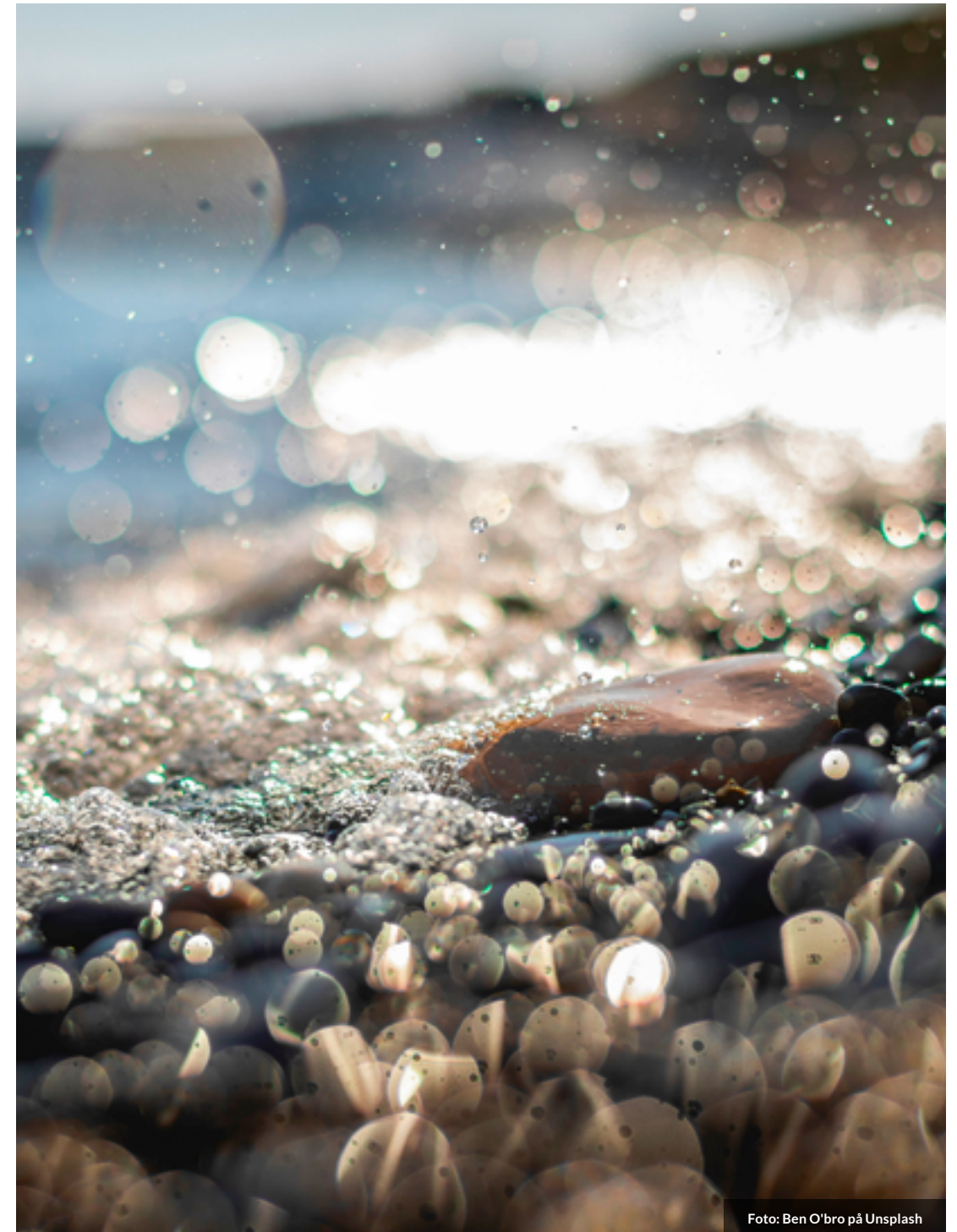


Foto: Ben O'bro på Unsplash

AI skal give mere tid til mennesker

Hos Sinatur bliver kunstig intelligens brugt til at optimere driften. Ikke til at erstatte mennesker, men for at give mere tid til dem.

AI fylder mere og mere i erhvervslivet. Også i hotelbranchen. Men hos Sinatur er spørgsmålet ikke, hvor meget man kan automatisere. Det er, hvad man vil bruge teknologien til.

“Nærvær er vores vigtigste værdi,” siger Claus Nielsen, administrerende direktør i Sinatur. “Så vi kan ikke bare sætte en computer til det hele.”

I 2024 introducerede Sinatur AI i bookingflowet på alle 6 hoteller. Det var Sinatur selv, der tog initiativ til at udvikle systemet – Booking Intelligence – i samarbejde

med den danske virksomhed Today. I 2025 har hotellerne testet systemet af for at blive klogere på, hvor det skaber værdi. Formålet er at blive bedre til at træffe de rigtige beslutninger i forhold til både belægning og gæsteoplevelse. Hvornår giver det mening at tage en booking ind – hvornår gør det ikke?

“Vi er meget bevidste om, hvordan vi udnytter vores kapacitet, så vi sikrer den bedste belægning på alle seks hoteller samtidig med, at vi giver gæsterne en god booking oplevelse,” forklarer Claus Nielsen.

Mere præcision, ikke mindre menneske

Systemet er blevet testet på tværs af alle hoteller. Og resultaterne er markante. Forudsigelserne rammer med en præcision på omkring 97 % i forhold til den faktiske drift. Det giver et stærkere grundlag for planlægning. Men det ændrer ikke på, hvad der er vigtigt.

“Vi har først og fremmest brug for mennesker,” siger Claus Nielsen. Da arbejdet med AI begyndte, opstod der spørgsmål internt. Var det her starten på at spare medarbejdere væk? Det er det ikke. Tværtimod. “Det handler primært om at sikre, at vi bruger tiden mest

optimalt i forhold til at skabe endnu bedre gæsteoplevelser,” fortsætter han. Men arbejdet har også lært Sinatur, at det kræver en tydelig og ordentlig kommunikation til og med medarbejderne at forklare, hvorfor teknologien bliver taget i brug. Og hvad den skal bruges til.

For Sinatur er målet ikke at automatisere for automatiseringens skyld. Det er at frigive tid. Hvis en opgave kan løses smartere med data, skal den det. Men den tid, der bliver frigivet, skal ikke forsvinde. Den skal bruges et andet sted. Hos gæsterne.

“Det er ikke i effektiviseringen, vi gør gæsternes oplevelser bedre. Det er i nærværet og mødet mellem mennesker.”

“Hvis noget bliver mere hensigtsmæssigt, skal vi gøre det,” siger Claus Nielsen. “Men det er lige så vigtigt, at tiden bliver konverteret til endnu mere nærvær og gæsteservice.”

En teknologi i udvikling

Arbejdet med AI er stadig i gang. 2025 har været et år med test og læring. Nu handler det om at udvikle videre. Om at forfine og finde ud af, hvor teknologien giver mest mening. Men mere AI er ikke et mål i sig selv.

“AI skal forblive et værktøj som vi bruger til at gøre tingene bedre. Ikke til at effektivisere mennesker væk,” siger Claus Nielsen.

For Sinatur er det ikke et valg mellem teknologi og mennesker. Det er en prioritering. Teknologien skal understøtte det, der allerede er vigtigt. Ikke erstatte det.

“Vi skal også have lov til at være mennesker,” slutter Claus Nielsen, “Det er ikke i effektiviseringen, vi gør gæsternes oplevelser bedre. Det er i nærværet og mødet mellem mennesker.”

Ansvarlighed er et adgangskrav

For mange større virksomheder begynder en konference eller et møde ikke med en booking. Det begynder med en forudgående udvælgelse af samarbejdspartnere, der lever op til en række krav. Når Danske Bank vælger samarbejdspartnere til møder og konferencer, er ansvarlighed ikke bare en del af vurderingen. Det er en forudsætning. Og det handler ikke kun om klima, men også om sociale forhold, indkøb og de samarbejder, man indgår i.

Fra ambition til dokumentation

Når listen over mulige samarbejdspartnere er på plads, begynder den egentlige vurdering hos Danske Bank. Her er det ikke nok at have ambitioner. Leverandører bliver målt på det, de kan dokumentere. Certificeringer, mærkninger og konkrete resultater bliver vejret op mod hinanden.

“Vi giver dem en ESG-score,” forklarer Jette von Mehren Prip. Det gør forskellene tydelige, og for den enkelte mødeplanlægger bliver det muligt at se, hvordan forskellige steder arbejder med ansvarlighed – og hvad de reelt kan stå på mål for. “Det er ikke nok at have store ambitioner. Det eneste, vi reelt kan gå ind i, er det, der er dokumenteret,” siger hun.

Ansvarlighed står dermed ikke længere ved siden af pris, kapacitet og beliggenhed. Det er en del af det samme regnestykke, og det får konsekvenser for, hvem der bliver valgt til.

Dokumentation, der gør en forskel

Her er dokumentation afgørende. Arbejdet med ansvarlighed skal ikke bare være ambitiøst og systematisk – det skal også kunne dokumenteres og efterprøves.

“Vi arbejder med en Sustainability Assessment, hvor vores samarbejdspartnere – som for eksempel Sinatur – uploader dokumentation for deres indsatser,” siger Jette von Mehren Prip. “Derudover registrerer leverandørerne deres certificeringer i vores mødebookingsystem, så vi kan se, hvilke standarder de lever op til. Det kan for eksempel være en certificering som B Corp.”

Det gør det muligt at vurdere leverandører på et oplyst grundlag – og sammenligne på tværs. Ambitioner er stadig vigtige, men det er dokumentationen, der afgør, hvem der bliver valgt til – og hvem der ikke gør.

Her står Sinatur stærkt. Arbejdet med ansvarlighed er ikke bare ambitiøst – det er også gennemarbejdet og vel-dokumenteret. Det er en central grund til, at Sinatur er blandt de samarbejdspartnere, Danske Bank har valgt.

For leverandører til Danske Bank betyder det særligt én ting: Man bliver ikke valgt, fordi man vil være ansvarlig. Man bliver valgt til, fordi man kan vise, at man er det.

Det er en udvikling, der stiller større krav til hele branchen – men som også flytter noget. For når store virksomheder skærper deres krav, bliver det afgørende, hvem de vælger at samarbejde med. Det ændrer ikke bare beslutningerne. Det ændrer, hvem der overhovedet kan være med.

Branchen mangler fælles retning

Selv om kravene over de sidste år er blevet skærpet, mangler der stadig en fælles tilgang. “Der findes for eksempel ikke en generel standard for beregning af CO₂e-belastningen for specifikke møder,” siger Jette von Mehren Prip. “Det kunne være en hjælp med mere ensartede opgørelsesmetoder, da det ville gøre det lettere for os som kunder at vurdere leverandørernes dokumentation og træffe mere oplyste valg.” Dermed er bolden givet videre til branchen.

Fra indsigt til handling

For at gøre arbejdet med risici mere anvendeligt i hverdagen har Sinatur i 2025 udviklet kategorikort. Et værktøj, der skal gøre det lettere at arbejde med indsigterne fra due diligence i hverdagen og sikre, at indkøb både håndterer risici og understøtter Sinaturs strategi.

Arbejdet med due diligence har givet Sinatur et langt bedre overblik over de risici, der knytter sig til virksomhedens indkøb. Men det har også gjort noget andet tydeligt – nemlig at overblik ikke nødvendigvis er det samme som anvendelighed. “Vi har haft mange data og analyser,” fortæller Louise Hauge Gliese, direktør på Storebælt Sinatur. “Men vi havde brug for en måde at gøre det mere tilgængeligt i hverdagen.” Det blev afsættet for arbejdet med kategorikort.

Kategorikortene er en opsamling af de væsentligste risici inden for en given indkøbskategori. De samler indsigten fra den samlede risikoanalyse i et format, der er til at arbejde med – også for dem, der ikke sidder med hele analysen til daglig.

Formålet er enkelt: At gøre det lettere at forstå, hvad der er på spil. Og handle på det. I 2025 har Sinatur udarbejdet kategorikort inden for de områder, der er behandlet i due diligence-processen, herunder 10 kategorikort inden for drikkevarer, 8 inden for fødevarer og 9 inden for non-food.

Fra Excel til noget, man kan bruge

Arbejdet med kategorikortene begyndte med at omsætte talbaserede analyser til tekst i et mere overskueligt format. For nogle giver store datasæt overblik. For andre gør det ikke. “Kategorikortene er en måde at gøre det samme overblik tilgængeligt på en anden måde,” siger Louise Hauge Gliese.

I arbejdet har Sinatur også eksperimenteret med nye værktøjer. Blandt andet ved at bruge AI til at analysere og beskrive risici på tværs af produkter og leverandører ud fra ensartede principper. Det har gjort det muligt at se forskelle tydeligere. For eksempel mellem et produkt som kategori og det samme produkt fra en konkret leverandør – og dermed hvor meget leverandørvalget faktisk betyder.

Når risici bliver konkrete

Noget af det, kategorikortene har gjort, er at synliggøre, hvor mange risici der kan være samlet i ét enkelt produkt. Et eksempel er nitrilhandsken – et produkt, der bruges i stort omfang i branchen. Her kan risici spænde bredt –



Foto: Ann på Unsplash

fra produktion og arbejdsforhold til miljøpåvirkning og ressourceforbrug. “Det er et produkt, hvor der er mange ting på spil, og hvor selv små forbedringer kan gøre en forskel,” siger Louise Hauge Gliese.

Og netop den indsigt er central. For i stedet for at lede efter det perfekte valg, bliver opgaven at finde steder, hvor Sinatur kan reducere risici – også lidt ad gangen.

Arbejdet med due diligence har vist, at risici i Sinaturs indkøb spænder bredt – og ofte hænger sammen. Det handler blandt andet om arbejdsforhold og menneskerettigheder i produktionen. Om klimaaftryk og transport. Og om påvirkning af natur og ressourcer – fx gennem vandforbrug og pesticider.

I nogle kategorier er risiciene særligt tydelige. Det gælder fx kaffe og kakao, hvor der kan være udfordringer med transparens og arbejdsforhold. Linned, hvor produktionen er vandintensiv. Og frugt og grønt, hvor dyrkningsformer kan påvirke biodiversiteten.

Det er netop den type indsigter, kategorikortene samler og gør anvendelige i praksis – så de indkøbsansvarlige kan handle på dem i hverdagen.

Et værktøj, der stadig er ved at finde sin plads

Kategorikortene er stadig et nyt værktøj i Sinatur. I 2025 er de blevet udviklet som en del af arbejdet med due diligence, og i 2026 er ambitionen at bringe dem tættere på praksis.

De skal blandt andet fungere som et konkret hjælpeværktøj for de indkøbsansvarlige og bruges aktivt i dialogen med leverandørerne, så der skabes et fælles og mere nuanceret risikobillede.

Samtidig fortsætter arbejdet med at udvikle flere kategorikort – særligt inden for non-food – og løbende kvalificere indholdet gennem erfaringer fra hverdagen.

“Vi håber, at de kan blive et fælles udgangspunkt,” slutte Louise Hauge Gliese. “Så vi sammen kan blive endnu klogere på, hvor risiciene ligger – og hvad vi kan gøre ved dem.”

Resultater og mål

	Enhed	Resultater			Mål
		2023	2024	2025	2026
Virksomhedsadfærd					
<i>Whistleblower</i>	Antal	1	0	0	-
<i>Betalingspraksis i forhold til betaling af fakturaer*</i>	Dage	Max. 30	Max. 30	Max. 30	-
Økonomiske mål					
<i>Overskudsgrad</i>	Procent	15	5	8,40	12
B Corp-certificering					
<i>Pointscore</i>	Point	+108,6	-	+106,6	-

* Betalingsbetingelser: Det er afgørende for os at sikre en sund økonomi, og et vigtigt forhold her er vores betalingsbetingelser, hvorfor vi har en politik for dette. Den bidrager til at styre vores likviditet og sikre, at vi betaler vores leverandører til tiden. Vores tydelige betalingsbetingelser reducerer også risikoen for misforståelser og tvister med vores gæster.

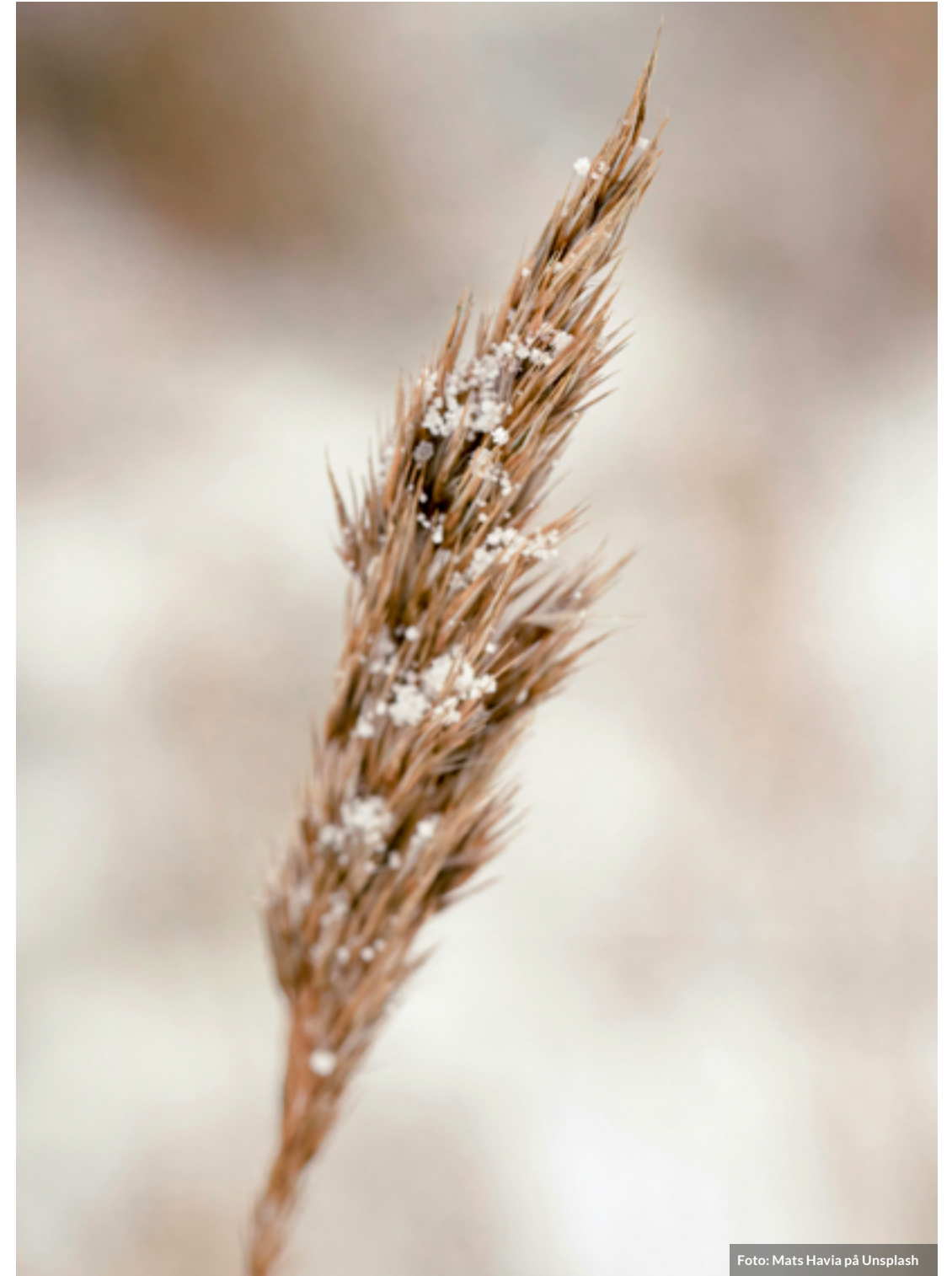


Foto: Mats Havia på Unsplash

2025–2026 strategi – En sund forretning

Centrale resultater 2025/26

Sinatur har en effektiv og værdiskabende ledelsesmodel, baseret på troværdige og transparente kvalitetsdata, og kan dokumentere resultater

Sinatur anvender AI værdiskabende til kapacitetsudnyttelse og økonomisk rentabilitet

Sinatur har en naturstrategi, der viser vejen til klima- og naturpositivitet

Skabe plads til udvikling, der fremtidssikrer Sinaturs forretning

Planlagte indsatser 2025/26

- Implementere **datadrevet ledelsessystem**, der styrker det strategiske arbejde, herunder sikre leverandørspecifikke data og konkrete årlige forbedringer i CO2e-aftryk
- Overblik over **metode til dataindsamling i B Impact**, så vi kan dokumentere fremdrift og sikre **bredere ejerskab af BIA'en**

- Implementere **AI løsning til salgs-/kapacitetsledelse**
- **Effektivisere og berige gæsterejsen via AI**

- Blive klogere på, kortlægge potentialer og lave fokuserede indsatser for at **forøge/genoprette biodiversitet på Sinaturs egne arealer**
- Gennemføre **beregninger for Sinaturs skovarealer**, der binder CO2e
- Udarbejde **naturstrategi** med ambition, indsatsområder og mål

- **Styrke samarbejdet med DLF** omkring den fremtidige forretningsstrategi
- Udarbejde **byggeprogram for Sinatur** (mere miljøvenligt byggeri) og prioritere væsentlige infrastrukturforbedringer på Sinatur
- **Videreudvikle og forankre Naturmøder** på alle hotellerne
- **Skærpe salgsstrategien**, så kundebasen i videre omfang matcher Sinaturs værdisæt

Målepunkter 2026

- Sinatur når den budgetterede overskudsgrad på 12 % i gennemsnit
- Sinatur har et fuldautomatiseret datasystem

Mål 2030

Vi har redefineret standarden for, hvad hotel- og conferenceophold er

Vi har skabt mere værdi for samfundet og naturen, end vi har taget



Social

Bedst for mennesker

For at Sinatur kan gro, skal kulturen være livgivende, sund og nærende, så mennesker trives og udvikler sig. Vi tager ansvar for, at alle, der vil, får mulighed for at vokse og blomstre, og vi bidrager aktivt til at gøre vores fag relevant og attraktivt for kommende generationer.



Den gode tone er ikke en selvfølge

I en branche, hvor tempoet er højt, og tonen kan være hård, kræver den gode tone opmærksomhed. Hos Sinatur har vi arbejdet bevidst med, hvordan vi taler til og med hinanden – og hvad det kræver i praksis.

Arbejdet i hotel- og restaurationsbranchen kan være krævende. Ikke kun fysisk, men også mentalt. Tempoet er højt, kravene mange, og det påvirker den måde, vi er sammen på i hverdagen.

Derfor arbejdede Sinatur i 2023 og 2024 målrettet med indsatser omkring mental sundhed. Et arbejde, der handlede om at styrke trivsel og skabe bedre rammer for medarbejderne.

I 2025 blev det arbejde videreført med et særligt fokus på En god tone, tak. Målet var enkelt: At skabe et fælles sprog for, hvordan vi er overfor hinanden i hverdagen.

Et arbejde, der skulle ud i hele organisationen

Fra starten var det vigtigt, at arbejdet ikke kun blev noget, der blev besluttet centralt. Det skulle ud og leve i hverdagen på hotellerne. Derfor blev arbejdsmiljørepræsentanterne involveret tidligt og fik en central rolle som ambassadører for indsatsen.

På lederbootcampen i februar 2025 blev arbejdet sat i gang og koblet til den hverdag, lederne står i. Her blev der blandt andet arbejdet med konkrete situationer og dialoger – og med, hvordan man som leder selv er med til at sætte tonen.

Herefter blev arbejdet taget videre lokalt på de enkelte hoteller. Nogle steder gennem workshops, andre steder på personalemøder eller gennem løbende dialog i

afdelingerne. Indsatsen blev tilpasset den virkelighed, medarbejderne står i – og den måde, arbejdet er organiseret på det enkelte sted.

Samtidig har Sinaturs medarbejder-app været brugt til at dele erfaringer og gode eksempler, mens samtalekort og korte pulsmålinger har været med til at holde fokus og skabe dialog på tværs af organisationen.

Et fælles sprog for det svære

En central del af indsatsen har været et udviklingsforløb på tværs af hotellerne. I alt har 57 medarbejdere deltaget i et udviklingsforløb med fokus på adfærd, feedback og samarbejde.

Målet har ikke været at undgå uenigheder. Men at kunne håndtere dem ordentligt. At kunne sige fra. At kunne give kritik uden at gøre andre forkerte. Og at kunne tage det, der ellers bliver til irritation eller tavshed, og gøre det til en samtale. Det har givet et fælles udgangspunkt. Og et sprog, der kan bruges i praksis.

Små greb, der ændrer hverdagen

Arbejdet har taget forskellig form fra hotel til hotel.

På Haraldskær Sinatur har man arbejdet med personligheds-profiler for at skabe bedre forståelse for forskelligheder. Fødselsdage bliver nu markeret ens for alle. Og personaleforeningen er blevet genoplivet.



Foto: Avachenri på Unsplash

På Frederiksdal har alle medarbejdere været samlet til workshops, og der er arbejdet med at gøre det legitimt at sige fra.

På Gl. Avernæs er der udviklet en fælles konfliktstrategi. Og på Skarrildhus har fokus været på at tage den dårlige tone i opløbet.

På Sixtus har arbejdet haft fokus på fælles forventninger til, hvordan man er sammen i hverdagen. Gennem personale dage og møder er der arbejdet med trivsel, dialog og samarbejde på tværs af faggrupper – blandt andet med DISC-profiler og tilbud om kursus og undervisning i den gode tone.

På Storebælt valgte flere medarbejdere at bruge en uddannelsesdag på at blive klogere på konflikt-håndtering. Det betyder, at de generelt er blevet bedre til at italesætte udfordringerne, når de opstår, og er opmærksomme på at reagere hurtigere, når de oplever noget, som ikke er ok.

Indsatserne er forskellige, men retningen er den samme. "Vi taler mere med hinanden i stedet for om hinanden," lyder det fra medarbejdere.

Noget, der kan mærkes

Flere steder peger medarbejdere på bedre trivsel, større tryghed og en mere åben dialog. Flere grin. Mere ro. Og en stærkere følelse af fællesskab. "Det giver tryghed, at man ved, at man kan komme med det, man har på hjerte," lyder det.

Og det er også noget, gæsterne giver udtryk for, at de mærker – i stemningen i huset, i den måde medarbejderne taler til hinanden på og i den måde, de bliver mødt på.

Den gode tone er ikke noget, man beslutter én gang. Det er noget, der skal holdes i live i hverdagen og i de situationer, hvor det er lettest at glemme. Derfor arbejder vi videre med fokus på den gode tone. Ikke med nye kampagner. Men med det, der gør forskellen i praksis. Vi ved også, at det arbejde aldrig slutter. Og at vi ikke er perfekte. Men vi vil gerne blive ved med at gøre os umage for, at vores arbejdspladser, vores hoteller og vores branche er gode steder at være.

Den gode tone handler ikke bare om høflighed. Den er afgørende for trivsel.



Den måde, vi taler til hinanden på, er ikke en detalje. Det er afgørende for trivsel, samarbejde og kvalitet. Det understreger erhvervs- og krisepsykolog og forfatter Louise Dinesen, som arbejder med, hvordan mennesker reagerer og samarbejder – særligt under pres.

Da Sinatur i februar 2025 satte fokus på indsatsen 'En god tone, tak' blandt alle lederne, var Louise Dinesen inviteret til at sætte ord på, hvorfor tonen på en arbejdsplads ikke bare er et spørgsmål om omgangsformer – men har direkte betydning for kvaliteten af det arbejde, der bliver leveret.

Louise Dinesen arbejder til daglig med mennesker i organisationer, hvor kravene er høje, og tempoet stort. Hun beskæftiger sig med, hvordan mennesker reagerer og samarbejder under pres – og hvad det gør ved kulturen på en arbejdsplads.

Når tonen halter, går det ud over gæsterne

Hvis mennesker ikke føler sig inkluderet og behandlet ordentligt, påvirker det direkte deres evne til at gøre deres arbejde. "Vi kan ikke rette os ud mod verden, hvis vi oplever, at andre taler dårligt om eller til os," forklarer Louise Dinesen.

Når samarbejdsmiljøet bliver negativt, bruger medarbejdere deres energi på at sikre sig selv i stedet for at skabe værdi for andre. Konsekvensen er tydelig:

Mindre overskud. Dårligere samarbejde. Og lavere kvalitet i det, gæsterne oplever. Derfor er en god tone ikke noget ekstra. Det er en forudsætning.

Det starter sjældent stort – men spredt sig hurtigt

En dårlig tone opstår sjældent fra den ene dag til den anden. Den begynder i det små. Kollegaer holder op med at sige godmorgen. Går uden at sige farvel. Taler om hinanden i stedet for med hinanden. Bruger sarkasme eller taler hårdt i pressede situationer.

Over tid bliver det normaliseret. "Pludselig har flere vænnet sig til en adfærd, som er dårlig for alle," siger Louise Dinesen.

Det handler ikke om mennesker – men om mønstre

Det er vigtigt at understrege, at en dårlig tone ikke handler om "dårlige mennesker". Det handler om kultur. Når normer er uklare, og ingen tager ansvar for at sætte retning, opstår der uformelle hierarkier og mønstre, som ingen egentlig ønsker – men som

alligevel får lov at vokse. "Mennesker gør ikke altid det rigtige. De gør det, der er socialt sikkert," forklarer Louise Dinesen. Hvis det føles risikabelt at sige fra, eller hvis negativ adfærd bliver accepteret, tilpasser vi os. Ikke fordi vi vil. Men fordi vi vil høre til.

Ledelse er afgørende

Selvom trivsel er et fælles ansvar, peger forskningen tydeligt på én ting: Ledelsen sætter retningen. "Trapper vaskes oppefra," siger Louise Dinesen. Det er ledelsens opgave at gøre det tydeligt, hvad der er acceptabel adfærd – og hvad der ikke er. Og at handle på det, når tonen skrider. Ikke med hårde konfrontationer. Men ved roligt og konsekvent at tage ansvar for samarbejdet.

Det kræver mere, end man tror

Noget af det, mange undervurderer, er, hvor meget det kræver at arbejde med tone og kultur. Det er ikke nok at sige det én gang. Det skal gentages, forklares og vises i praksis.

Ledere skal turde gribe ind, når noget ikke fungerer – og samtidig skabe rammer, hvor medarbejdere kan støtte hinanden. Det er et kontinuerligt arbejde. Et langt, sejt træk.

Alle spiller en rolle

Den gode tone er ikke kun et ledelsesansvar. Alle medarbejdere er med til at forme den. Den viser sig i det små: I kropssprog. I bemærkninger. I om man inkluderer eller overser. Og den kræver selvregulering.

"Arbejdet er en professionel arena – ikke et privat anliggende," siger Louise Dinesen. "Vi kan ikke bare sige, hvad vi vil, når vi vil det."

Arbejds miljøet er heller ikke kun en intern sag. Gæster og samarbejdspartnere lægger mærke til stemningen mellem medarbejderne, til hvordan en leder agerer, og til den måde mennesker er sammen på.

Derfor er ordentlighed ikke kun om strategi. Det er en mellemmenneskelig værdi.

Et råd til ledere

Hvis tonen begynder at skride, er rådet fra Louise Dinesen enkelt: Tro aldrig, at det går over af sig selv. En god tone kræver aktivt ansvar. Fra alle – og især fra ledelsen.

Hvad understøtter den gode tone

- Tal tydeligt om, hvad der gælder – og gentag det ofte
- Gør det klart fra on-boarding, at tone og trivsel er et fælles ansvar
- Grib roligt ind, når noget begynder at skride
- Gå forrest som leder – og vis i praksis, hvad der forventes
- Sørg for, at alle bliver mødt med respekt og ligeværd
- Skab rammer, hvor medarbejdere kan støtte hinanden
- Priorité fællesskab gennem faste traditioner og ritualer
- Accepter ikke en hård tone – heller ikke i det små



Ekstra fri som tak for indsatsen

To ekstra fridage er Sinaturs måde at sige tak for et år med gode resultater og en stor fælles indsats. En konkret beslutning, der giver medarbejderne mere tid.

Tid er en knap ressource i hotelbranchen. Aftener, weekender og helligdage er en fast del af arbejdet – og derfor får fridage en særlig betydning.

Det er også baggrunden for, at Sinatur i 2025 valgte at give alle medarbejdere to ekstra fridage. Beslutningen kom efter et år med høj aktivitet, gode resultater og en bred opbakning til arbejdet på tværs af organisationen.

"Det er en anerkendelse af den indsats, der er blevet lagt – men også af den måde, der er blevet arbejdet på," siger Christina Nielsen, økonomidirektør på Sinatur. "Vi har stået i en tid, hvor det har krævet omtanke og ansvarlighed at navigere. Det vil vi gerne kvittere for."

Fridagene kan medarbejderne selv placere i løbet af 2026. Det gør det muligt at bruge dem, når behovet er der – og giver en fleksibilitet, som ellers kan være svær at finde i en branche med skiftende arbejdstider.

To dage gør en forskel

Selv om fridagene ikke er en permanent ordning, oplever medarbejderne det som en tydelig anerkendelse.

Laila Høi, der arbejder i restauranten på Gl. Avernæs Sinatur, peger på, at det ikke bare handler om to dage i kalenderen. "Det giver tid med familien," siger hun. "Det

betyder faktisk mere end en mindre lønstigning ville have gjort." Hun sætter samtidig ord på noget, der præger hele branchen: "Vi arbejder, når andre har fri. Så de her dage gør en forskel."

For Lena Andersen, receptions- og konferencechef på Sixtus Sinatur, blev beslutningen mødt med stolthed. "Jeg tænkte, at jeg er heldig at være ansat et sted, der tænker sådan," siger hun. "Det er en virkelig flot gestus." For Lena ændrer de to dage dog ikke på glæden ved arbejdet. "Jeg er glad for at gå på arbejde uanset," siger hun. "Men det betyder noget, at min arbejdsplads viser, at den værdsætter min indsats."

For andre handler det om at få hverdagen til at hænge bedre sammen. Når arbejdstiden er skiftende, kan ekstra fridage give plads til det, der ellers er svært at planlægge.

En lille beslutning med stor betydning

Beslutningen hænger sammen med den måde, Sinatur arbejder med ordentlighed på. Ikke som noget, der kun bliver formuleret i værdier, men som noget, der skal kunne mærkes i hverdagen.

"Det er en måde at give noget tilbage, som medarbejderne faktisk kan bruge," siger Christina Nielsen. "Og samtidig en måde at understøtte en hverdag, hvor der også skal være plads til det, der ligger uden for arbejdet."

To ekstra fridage ændrer ikke vilkårene i branchen. Men de giver et tiltrængt pusterum i en travl hverdag.

Når medarbejderne ser noget, ledelsen ikke ser

Hos Sinatur er ansvarlighed ikke kun en strategi, der bliver besluttet af ledelsen. Den lever også i samarbejde med medarbejderne, der får ansvar, råderum og mulighed for at føre idéer ud i livet.

Arbejdet med ansvarlighed er noget, medarbejderne i Sinatur i dag har taget til sig. Men det er ikke kommet af sig selv. Det har blandt andet krævet en gruppe medarbejdere, der har haft lyst og mod til at sætte sig ind i arbejdet og føre det videre ud i organisationen – nemlig ambassadørgruppen.

Sinatures ambassadørgruppe blev etableret i 2019 på tværs alle hotellerne. Her samarbejder medarbejdere fra alle faggrupper om at omsætte ambitioner til praksis. De er tæt på driften, tæt på gæsterne og tæt på de situationer, hvor det giver mening at gøre noget anderledes. Det er her, idéerne opstår. Og det er her, de får liv.

Et valg om at give slip

I 2025 gik ledelsen et skridt videre. Superambassadørgruppen, som repræsenterer ambassadører på tværs af hotellerne, fik en pulje på 100.000 kr. og frihed til selv at beslutte, hvordan midlerne skulle bruges.

Nicklas Ottosson Kanstrup, direktør på Gl. Avernæs Sinatur fortæller, at intentionen var klar – at flytte ansvar helt ud i organisationen. “Vi ville give plads til, at idéer kunne opstå og blive drevet af dem, der er tættest på hverdagen,” siger han.

Det var ikke penge, som blev fulgt af en forudbestemt plan klar til eksekvering. Det var en tillidsklæring til, at Sinatures medarbejderambassadører ville kunne få øje på noget, som ledelsen ikke havde set.

Når idéer bliver til noget

Forslagene til, hvordan pengene skulle bruges, kom fra hele organisationen. På superambassadørmøderne blev der tænkt højt, udfordret og prioriteret. Ambitionen var tydelig: at skabe noget, der kunne mærkes. For en del af gruppen begyndte én udfordring at fylde: Hvordan gør man Sinatures arbejde med ansvarlighed endnu mere synligt for de mange konferencegæster, som ikke selv har valgt stedet?

Svaret blev interaktive skærme med mulighed for at samle de mange fortællinger. Skærmene er kommet op på alle hotellerne, og det handler ikke bare information. De er en måde at samle det, der ellers kan være svært at få øje på. Hvad Sinatur arbejder med. Hvad der allerede er opnået. Hvad gæsterne er med til at bidrage til. Og ikke mindst, hvor Sinatur er på vej hen.

“Vi har ikke bare fået en flygtig idé, vi har skabt et værktøj, der gør vores arbejde med ansvarlighed nærværende og tilgængeligt for vores gæster,” siger Birgitte Topp, receptionist og konferencevært på Sixtus Sinatur og medlem af superambassadørgruppen.

Ejerskab, der vokser

Når medarbejdere får beslutningsansvar, sker der noget. Afstanden mellem idé og handling bliver kortere. Og engagementet bliver større. For ambassadørerne har arbejdet ikke kun handlet om resultatet, men om processen.



Foto: Mariam på Unsplash

“Det har været en lærerig proces, hvor vi selv har været med til at træffe beslutninger og forme indholdet,” fortæller Birgitte Topp.

For Sinatur er projektet ikke bare et enkelt initiativ. Det er et billede på en måde at arbejde på. Hvor idéer ikke kun kommer oppefra. Men vokser frem i organisationen. “Det er inspirerende at opleve det engagement og ejerskab, gruppen har vist på tværs af vores hoteller,” fortsætter Birgitte Topp.

En fortælling, der bliver levende

Når skærmene bliver taget i brug, bliver de en del af oplevelsen på hotellet. Det bliver nemt for gæsterne lige at dvæle ved dem og se og forstå det store arbejde, som Sinatur gør inden for ansvarlighed. Og for medarbejderne betyder det, at deres arbejde og engagement bliver mere synligt i hverdagen.

“Vi har ikke bare fået en flygtig idé, vi har skabt et værktøj, der gør vores arbejde med ansvarlighed nærværende og tilgængeligt for vores gæster.”

“Skærmene bliver en platform for at vise, hvem vi er, hvad vi har opnået, og hvor vi er på vej hen,” siger Birgitte Topp.

For Nicklas Ottosson Kanstrup er det netop pointen. “Det handler om at gøre det konkret,”

siger han. “At det, vi arbejder med, også bliver noget, gæsterne kan se og forholde sig til.” Det er en god måde at inspirere gæsterne, som er et af Sinatures vigtige 2030-mål.

Mere end et projekt

Projektet med skærmene er ét eksempel. Men det peger på noget større. En organisation, hvor ansvar ikke kun ligger ét sted. Men bliver delt. “Vi får bedre løsninger, når idéerne kommer fra dem, der arbejder med det i hverdagen,” slutter Nicklas Ottosson Kanstrup.

Vi vil tage ansvar for dem, der skal bære branchen videre

**Hos Sinatur er arbejdet med elever ikke noget,
man kan vælge til eller fra. Det er en
forudsætning for, at branchen har en fremtid.**

Hotel- og restaurationsbranchen har i mange år levet med et ry, der gør det svært at tiltrække unge. Arbejdstider, der ligger, når andre har fri. Et tempo, der slider. Og en tone, der ikke altid er ordentlig. Det kan mærkes, når der skal rekrutteres elever.

"Branchen har haft et knapt så godt image," siger Christina Poulsen, konferencechef på Frederiksdal Sinatur. "Og det påvirker, om unge overhovedet har lyst til at vælge den til."

Samtidig konkurrerer branchen med uddannelser, hvor det er nemmere at få arbejdsliv og privatliv til at hænge sammen. Det stiller større krav til dem, der vælger en anden vej.

Et ansvar, der ikke kan skubbes videre

Hos Sinatur bliver arbejdet med elever set som en del af ansvaret for branchen. "Det er vores pligt at uddanne elever til branchen," forklarer Pia Böll Berg, HR- og løn- konsulent i Sinatur. "Ellers risikerer vi at stå uden de faglærte medarbejdere, vi har brug for."

Og konsekvensen er tydelig, hvis det ikke lykkes. Færre faglærte og lavere kvalitet kan resultere i et

endnu dårligere image. "Vi risikerer at miste den næste generation, og derfor er det vigtigt få os at tage ansvar for den rolle, vi selv spille i branchen," siger Christina Poulsen.

"Vi risikerer at miste den næste generation, og derfor er det vigtigt få os at tage ansvar for den rolle, vi selv spille i branchen."

Hos Sinatur handler det ikke kun om at lære eleverne et fag. Det handler om at skabe rammer, hvor de kan udvikle sig og blive en del af fællesskabet. "Vi ser hoteldrift i et større perspektiv," siger Christina Poulsen. "Det handler ikke kun om bundlinje, men også om mennesker."

Eleverne bliver fra starten inddraget og får en stemme i hverdagen. Og selv om den ofte er travl, skal de ikke bare nå opgaverne, de skal også have tid til at forstå dem. "Der er tid til læring og fokus på den enkelte, og det kræver noget i en branche, hvor tempoet kan være højt," fortæller Christina Poulsen.

Samtidig er det et fælles ansvar. Det er ikke kun én person, der uddanner eleverne – det gør hele arbejdspladsen. Og det kræver, at der bliver taget hånd om dem i hverdagen, også når tempoet er højt, så de kan trække på de ressourcer, de har brug for.



Foto: Ksenia pixelesse på Unsplash

Et fællesskab på tværs

Arbejdet med elever stopper ikke på det enkelte hotel. Sinatur samler eleverne på tværs af hotellerne til elevture og elevaftener, hvor de selv står for planlægning, menu og afvikling. Det giver ansvar. Og erfaring. "Det er noget, eleverne virkelig værdsætter," siger Pia Böll Berg.

Samtidig går det begge veje. Eleverne er ikke kun nogen, der skal lære. De bidrager også. "De kommer med nye idéer og en nysgerrighed," siger Christina Poulsen. "Det giver energi til hele arbejdspladsen."

Det, der afgør om de bliver

At tiltrække elever er én ting. At få dem til at blive er noget andet. Det kræver tydelige rammer, gode relationer og en arbejdsplads, hvor man bliver taget alvorligt. "Det handler om tillid og respekt," siger Pia Böll Berg. "Og om at blive inddraget i sin egen læring."

For Sinatur er arbejdet med elever ikke noget, der kan vælges til og fra. Det er en investering i branchen og i den kvalitet, gæsterne møder. For uden elever er der ingen til at tage over, og bringe branchen nye steder hen.

Erfaring er noget, vi sætter pris på

Ældre medarbejdere fylder ofte mindre på arbejdsmarkedet, end de burde. Hos Sinatur er det et aktivt valg at holde fast i dem, fordi erfaring er en del af kvaliteten i gæsteoplevelsen.

I hotel- og restaurationsbranchen er der ofte fokus på tempo, udvikling og nye kompetencer. Det er nødvendigt. Men det betyder også, at erfaring let kommer til at fylde mindre, end den burde – selv om den i praksis er afgørende for, at arbejdet fungerer.

Samtidig mangler branchen hænder. Og her bliver paradokset tydeligt: Der er allerede mennesker med stor erfaring – men de bliver ikke altid set som en del af løsningen. Hos Sinatur er det et bevidst valg at tænke anderledes.

At blive – og blive ved

Jørgen Clausen er 69 år og arbejder som ejendomsinspektør på Frederiksdal Sinatur på snart 5. år. Jette Nielsen er 63 år og har arbejde som oldfrue på Haraldskær Sinatur i 21 år. De er ikke undtagelser. De er en del af hverdagen.

Begge kunne have valgt noget andet. At stoppe. Trække sig tilbage. Men de er blevet, fordi arbejdet stadig giver mening.

For Jørgen handler det om at være i gang. Om at have noget at stå op til. "Jeg trives jo i det," siger han. "Så jeg har ikke haft lyst til at stoppe eller finde noget andet at lave."

Jette har det på samme måde. Det er glæden ved arbejdet, fællesskabet med kollegerne og det at være en del af noget, der fungerer. "Jeg arbejder her fordi, jeg har lyst," siger hun. "Og fordi det er sådan et fint sted at være, at jeg slet ikke har lyst til at stoppe."

Begge beskriver, at det handler om at have en hverdag, som de stadig har lyst til at møde ind til. Hvor de føler sig værdsat, og hvor de kan bidrage med det, de kan.

Erfaring i praksis

Erfaring står sjældent skrevet tydeligt i et CV. Den viser sig i det arbejdsliv, man har haft. I de udfordringer man har stået over for. I den måde man er menneske på. Og ikke mindst i måden man løser sine opgaver på.

Hos Jette ligger erfaringen i overblikket. I at få hverdagen til at hænge sammen. I at sikre, at niveauet forbliver højt, også når der er meget at se til.

"Jeg har jo været her i en evighed," siger hun. "Jeg mener bestemt, at jeg kan bidrage med en masse viden." Den viden er ikke noget, der bare kan tages for givet. Den ligger i det, hun har set før, og i det hun ved virker – og det der ikke gør.



Foto: Damir Omerovic på Unsplash

At høre til – og blive taget alvorligt

Arbejdet handler ikke kun om opgaver. Det handler også om at høre til. Om kollegerne. Om rytmen i hverdagen. Om at være en del af noget, der giver mening.

For Jørgen er det afgørende, at Sinatur er en god arbejdsplads. "Her har jeg gode kollegaer, og vi har det godt med hinanden. Jeg føler, jeg gør en forskel her, og det synes jeg er en vigtig følelse," fortæller han

For Jette handler det også om at blive taget alvorligt. Om at den erfaring, hun kommer med bliver værdsat.

Hos Sinatur er alder ikke det, der afgør, hvilken plads man har. Det er det, man bidrager med. Det betyder, at erfarne medarbejdere ikke bliver set som nogen, der er på vej ud, men som nogen, der stadig har meget at give.

En kvalitet, der kan mærkes

For gæsterne er erfaring ikke noget, der bliver forklaret. Men det kan mærkes. Det viser sig i det, der fungerer. I det, der bliver taget hånd om. Og i den ro, der opstår, når nogen har prøvet det før.

Det er en kvalitet, Sinatur aktivt vælger at holde fast i. Derfor er det også muligt både at blive længere i arbejdslivet – og at træde ind på et tidspunkt, hvor mange andre er på vej ud.

Jørgen er i skrivende stund på vej på pension. Ikke fordi arbejdet er blevet mindre interessant, men fordi tiden er ved at være der. "Og måske mit job skal gives videre til en anden med en erfaring som min," siger han smilende.

Jette har foreløbig ingen planer om at stoppe. "Så længe det er sjovt, er der ingen grund til at give slip," slutter hun.

Sådan arbejder Sinatur med ansvarlighed i hele forretningen: Bedst for mennesker

Ordentlighed, der kan mærkes

Ordentlighed viser sig i det, der bliver gjort i hverdagen. I måden vi taler til hinanden på. Og i de valg, der bliver truffet – også når de kræver lidt mere.

Hos Sinatur handler ansvarlighed i bund og grund om ordentlighed. Ikke som et begreb i en strategi, men som noget, der skal kunne mærkes i hverdagen. I måden vi møder hinanden på.

Det er ikke altid en selvfølge i hotel- og restaurationsbranchen, hvor tempoet er højt og arbejdsvilkårene hårde. "Vi er nødt til at turde tale om ordentlighed i branchen," siger Christina Nielsen, økonomidirektør på Sinatur. "Vi har rammen for at skabe en ordentlig arbejdsplads. Og det kommer med en forpligtelse."

Det begynder før gæsten ankommer

For Sinatur begynder ordentlighed i måden forretningen er indrettet på. I rammerne omkring arbejdet. Og i synet på mennesker. Det er mennesker, der skaber den oplevelse, gæsterne kommer for. Derfor skal de også have rammer, der gør det muligt at gøre deres arbejde ordentligt.

Forskellen viser sig i hverdagen i de små detaljer. I samarbejdet mellem kollegerne og i det, der bliver italesat. Gitte Kingly Capion, receptions- og konferencekoordinator og AMO-repræsentant på Haraldskær Sinatur, har været en del af Sinatur siden 2012. "Det betyder rigtig meget at blive set og hørt," fortæller hun. "Der bliver gjort meget ud af, at alle har en stemme, og at der bliver lyttet."

Hun beskriver en arbejdsplads med et fladt hierarki, hvor ledelsen er tilgængelig, og hvor man kan gå til sin chef. Hvor ting bliver taget op, når de opstår. "Hvis der ryger en finke af fadet, så bliver den fulgt til dørs," siger hun.

Ordentlige vilkår i praksis

For Sinatur handler ordentlighed også om ansættelsesvilkår, og derfor er det også naturligt for os, at alle medarbejdere har overenskomst.

"Det er ikke overenskomsten i sig selv," siger Gitte Kingly Capion. "Det er måden, den bliver efterlevet på. At man kan mærke, at den betyder noget, og at ledelsen tager den alvorligt."

Og det er ikke noget, hun tager for givet. På tidligere arbejdspladser var afstanden mellem medarbejdere og ledelse større. I Sinatur oplever hun at være en del af fællesskabet på lige fod med alle andre – også lederne.

Gæsterne kan mærke det

Ordentlighed har ikke kun betydning for medarbejderne. Når man træder ind ad døren et sted, hvor mennesker trives, og oplevelsen ikke er skabt på bekostning af dem, der leverer den, mærker man det.

"Vi ved, at det smitter," siger Christina Nielsen. "Når medarbejderne har det godt, kan det mærkes i mødet med gæsterne." Men det opstår ikke af sig selv. Det er et valg at holde fast i ordentligheden – også når det ikke er den hurtigste løsning her og nu.

Det kræver noget

Arbejdet i hotelbranchen foregår på tidspunkter, hvor mange andre har fri. Det stiller krav til planlægning og til, at rammerne holder. "Det betyder fx meget, at man kan stole på sine arbejdstider," forklarer Gitte Kingly Capion. "Det er det, der får resten af livet til at hænge sammen."

Tryghed handler også om, hvad der sker, når noget opstår. At der bliver lyttet. Og at der bliver fulgt op. "Som AMO-repræsentant er det nemmere at stå til rådighed for mine kollegaer, når jeg ved, at der bliver fulgt op, slutter Gitte Kingly Capion."

Ordentlighed kræver opmærksomhed, og at nogen tager ansvar. "Det er i virkeligheden en af vores vigtigste opgaver som ledelse," siger Christina Nielsen og fortsætter: "At tage det op, når noget ikke fungerer. At lytte og finde en vej videre – også når det er komplekst." Mennesker er forskellige, og det er uundgåeligt, at der opstår uenigheder og konflikter. Forskellen viser sig i, om der bliver handlet på det.

Hos Sinatur er ordentlighed ikke noget, der bliver lagt ovenpå forretningen. Det er fundamentet for hvem, vi er. For gæsten betyder det en oplevelse, der kan mærkes. Ikke fordi alt er perfekt. Men fordi det er gjort med omhu og omtanke.

Resultater og mål

	Enhed	Resultater			Mål
		2023	2024	2025	2026
Karakteristik for virksomhedens ansatte					
Fastansatte opdelt på køn					
<i>Kvinder</i>	Antal	156	170	168	-
<i>Mænd</i>	Antal	119	143	114	-
Ansatte med ikke-garanterede timer opdelt på køn					
<i>Kvinder</i>	Antal	218	251	243	-
<i>Mænd</i>	Antal	115	123	124	-
Samlet antal der har forladt virksomheden					
<i>Fastansatte</i>	Antal	60	54	57	-
<i>Reserver</i>	Antal	150	134	116	-
Kollektive overenskomster					
<i>Andel af samlet antal ansatte omfattet af OK</i>	Procent	91,41	92,43	92,56	95
Mangfoldighedsparametre					
Alder					
<i><30</i>	Antal	319	342	344	-
<i>30-50</i>	Antal	179	204	184	-
<i>>50</i>	Antal	110	141	124	-
Kønsfordeling i topledelsen					
<i>Kvinder</i>	Antal	3	3	4	-
<i>Mænd</i>	Antal	3	3	2	-
Nationalitet					
<i>Andet statsborgerskab end dansk*</i>	Procent	19	14	17,75	-
Personer med handicap					
<i>Andel af personer med handicap opgjort på særlige vilkår</i>	Procent	4,80	2,30	3,64	-
Sundhed og sikkerhed					
<i>Dødsfald som følge af arbejdsrelaterede skader og helbred</i>	Antal	0	0	0	0
<i>Arbejdsrelaterede skader/ulykker</i>	Antal	8	6	7	-
<i>Sygefravær, ekskl. langtidssygemeldte</i>	Procent	2,42	4,08	4,66	-
<i>Sygefravær, langtidssygemeldte</i>	Procent	1,81	0,84	0,7	-
<i>Total sygefravær</i>	Procent	4,23	4,92	5,36	max 5

* Dækker over 38 forskellige nationaliteter.

	Enhed	Resultater			Mål
		2023	2024	2025	2026
Lønforinkel og samlet aflønning					
<i>Kønsbestemte lønforskelle</i>	Procent	0 - 7,8	0-8	N/A**	-
Ligebehandling – klager, hændelser					
<i>Klager og hændelser om diskrimination</i>	Antal	0	0	0	0
Medarbejdertilfredshed					
<i>eNPS score</i>	Score	+22	N/A	+17	+22
<i>Svarprocent i medarbejdertilfredshedsundersøgelse</i>	Procent	76	N/A	86	85
Udannelse og elever					
<i>Elever</i>	Antal	22	34	32	min. 20
<i>Pointgivende uddannelse (ECTS) – gennemført</i>	Antal	47	25	32	min. 10***
Arbejdstagere: Socialt ansvar i værdikæden					
<i>Primære leverandører: Underskrevet samarbejdskodeks og handleplan</i>	Procent	85	95	82	100
<i>Mellemstore leverandører: Underskrevet samarbejdskodeks og handleplan</i>	Procent	-	-	77	100

** Opgøres i andet halvår i 2026.

*** Fra 2026 ændres rammerne for de ECTS-pointgivende uddannelser, som Sinatur benytter. Det betyder færre muligheder for deltagelse, og derfor justeres det årlige mål.

2025–2026 strategi – *Bedst for mennesker*

Centrale resultater 2025/26

Planlagte indsatser 2025/26

Sinatur kultur skaber betingelserne for, at mennesker udvikler sig og trives

- › Årlig bootcamp for afdelingsledere for at sikre involvering i strategien og samarbejde på tværs
- › Strategisk ramme for AMO's arbejde med 'Sund Kultur', herunder En god tone, tak
- › Trivselsmåling og værdiskabende anvendelse af resultaterne
- › 'Gender pay gap' analyse
- › Udvikling og uddannelse til alle
- › Implementere og dokumentere ny forretningsmodel - 'Adgang til arbejdsmarkedet for alle'
- › Undersøge hvordan en regenerativ tilgang til ledelse kan styrke trivslen i Sinatur

Sinatur samfundsambition lever blandt alle medarbejdere og er en integreret del af hverdagen

- › Implementer **train the trainer program** med fokus på involvering af medarbejderne i Sinatur samfundsambition, strategi og naturfokus
- › Sinatur Ansvarligheds ABC – styrke medarbejderinvolveringen
- › Styrke ambassadørprogrammet yderligere

Sinatur bidrager til at gøre branchen attraktiv for fremtidens medarbejdere

- › Samarbejde med Horesta om fornyelse af tjeneruddannelsen
- › Styrke Sinatur elevprogram

Målepunkter 2026

- Sygefravær er max 5 % (ex langtidssygemeldte)
- Svarprocent i medarbejder-tilfredshedsundersøgelsen er 85 %
- Sinatur eNPS-score er +22
- 75 % af medarbejderne oplever, at de kan bidrage aktivt til Sinatur samfundsambition
- Sinatur har min. 20 elever
- Superambassadør puljen er udmøntet i min. et værdiskabende initiativ
- 100 % af primære leverandører har underskrevet samarbejdskodeks og udarbejdet årlig handleplan.
- 100 % af mellemstore leverandører har underskrevet samarbejdskodeks og udarbejdet årlig handleplan

Mål 2030

Vi har skabt en livgivende kultur, hvor mennesker trives og udvikler sig

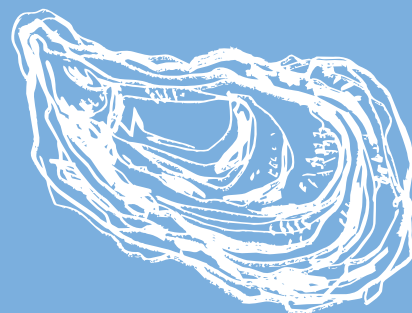
Vi har gjort vores fag relevant og attraktivt for kommende generationer



Environment

Mad med holdning

I Sinatur er vi passionerede omkring den mad og drikke, vi serverer for vores gæster. Vores gastronomiske profil respekterer naturen og tager livtag med de centrale klima-, miljø- og naturmæssige udfordringer, som vi kærer os om. Kun derved kan vi sikre, at vores ansvar for klimapositivitet og biodiversitet er afspejlet i de valg, vi træffer fra jord til bord.



Når grøntsagerne skal bære måltidet



Hos Sinatur er det ikke nok at servere mindre kød. Det grønne køkken skal kunne stå i sig selv. Det kræver håndværk, tålmodighed og en vedvarende jagt på smag.

Køkkenet er et af de steder, hvor Sinatur har sit største klimaaftryk. Og her fylder kødet – særligt det røde – en væsentlig del. Derfor har det også været et naturligt sted at sætte ind. Ikke kun ved at reducere. Men ved at arbejde med, hvad der kommer i stedet. For Sinatur handler det ikke om bare at tage noget væk. Men om at skabe måltider, hvor smag, kvalitet og oplevelse stadig er i centrum.

Et grønt velmagende køkken kommer ikke af bare at erstatte kød med grøntsager. Det kommer af at tilberede og servere grøntsager, så ingen savner kødet. Det er det, et grønt køkken betyder for Sinatur.

Smag før holdning

At skabe et grønt køkken handler ikke bare om ideologi. Det handler om smag. For hvis retten ikke smager godt, falder resten fra hinanden. I køkkenet på Gl. Avernæs Sinatur er det en erfaring, der er blevet tydelig over tid. Her har arbejdet med grønnere retter udviklet sig gradvist.

“Det skal smage så godt, at man ikke føler, man mangler kødet,” siger Martin Riber, køkkenchef på Gl. Avernæs Sinatur.

Det stiller krav til håndværket. Smør, syre, fedme, fermentering, røg. Teknikker, der traditionelt er brugt til at løfte kød, bliver nu brugt til at give grøntsager dybde og kompleksitet. Det er ikke nok at servere rå eller let tilberedte grøntsager.

“Rå grøntsager uden vinaigrette eller bælgfrugter uden smag. Det er no go,” forklarer Martin Riber. Det grønne køkken kræver mindst lige så meget opmærksomhed som det klassiske køkken med kød.

En anden måde at bygge måltider på

Udfordringen er ikke kun teknisk. Den rækker faktisk helt ud til gæstens forventninger, inden de ankommer på et af Sinatur-hotellerne. De glæder sig til opholdet, til konferencen eller mødet, og de glæder sig til at dele måltider med deres kollegaer.

Hvor frokosten kan være let og fleksibel, kræver aftensmåltidet noget andet. Her skal der være balance, mæthed og oplevelse. Derfor arbejder køkkenerne ikke med at fjerne kød helt, men med at omfordele det. Et måltid bliver ikke vurderet isoleret. Det bliver set over tid. En conferencegæst er der måske i halvandet døgn.

Her kan kødet fylde ét sted og træde tilbage et andet. Det åbner for en anden måde at tænke menu på. Mindre fokus på den enkelte ret. Mere fokus på helheden.

Når grøntsager bliver udgangspunktet

Når grøntsagerne ikke længere er tilbehør, men selve udgangspunktet for menuen, ændrer køkkenet perspektiv. Det kræver et helt andet blik. "Man skal have et indgående kendskab til grøntsagernes egenskaber," siger Jeppe Bang-Thygesen, køkkenchef på Haraldskær Sinatur.

Tekstur, sødme, bitterhed, saftighed. Hvordan en gulerod reagerer på varme. Hvor meget en knoldselleri kan bære.

Hvornår en kål bliver interessant. Spørgsmålene er ikke nye. Men de får en anden vægt, når grøntsagen står alene. Samtidig flytter kreativiteten sig. Menuen bestemmer ikke længere

indkøbet. Råvaren gør. En særlig høst af en grøntsag i sæson. En ny sort. Noget uventet fra en producent. Det kan være nok til at sætte retningen for en ret. Det grønne køkken er mere sæsonstyret. Mere levende. Mindre forudsigeligt. Og mere krævende.

Samtidig bliver kvaliteten af råvarerne afgørende, når det er grøntsagerne, der skal bære en ret. Forskellen på en standardvare og en nyopgravet grøntsag fra en lokal producent er mærkbar. Ikke kun i smag, men i arbejdet med den.

"Det er ikke bare en gulerod eller et æg," siger Stephan Petersen, køkkenchef på Frederiksdal Sinatur, og fortsætter: "Vi elsker alle sammen at have råvarer af høj kvalitet eller råvarer med en fed historie."

De tætte samarbejder med mindre producenter giver adgang til andre sorter, andre kvaliteter og en større variation. Hos Anne Cathrine Christensen, køkkenchef

på Skarrildhus Sinatur, betyder det, at kreativiteten flytter sig: "Retterne bliver mere sæsonprægede og personlige. Kreativiteten udspringer af råvaren frem for faste opskrifter," siger hun.

Men det giver også udfordringer. Leverancer kan være mindre stabile, når de kommer fra helt små producenter. Priserne kan være højere. Men det er en del af præmissen.

Hos Jeppe Bang-Thygesen på Haraldskær Sinatur bliver samarbejdet konkret i hverdagen, når Det lille økori, som leverer svampe, urter og mikrogrønt, til gengæld bruger køkkenets kaffegrums i deres produktion. Og når æggene kommer fra Tinnetaard, hvor

produktionen også er en del af et socialt tilbud, så handler det ikke bare om æg, men også om mennesker.

Gæsterne flytter sig – lige så langsomt

Reaktionerne fra gæsterne

er tydelige. Der kan være skepsis, når gæsterne læser menuen, men den forsvinder som regel i takt med, at måltidet opleves. "Vi går utrolig meget op i, at man ikke sidder tilbage med følelsen af at mangle noget," siger Martin Riber. Det kræver også en indsats i kommunikationen. Fokus er ikke på det, der er taget væk. Men på det, der bliver serveret. Og det gør en forskel. Alle 6 hoteller oplever, at gæsterne over tid begynder at flytte sig. Ikke i store spring, men gradvist.

Et andet sted, hvor der også bliver flyttet på noget, er på CO₂e-udledningerne. Fra 2022 til 2025 har Sinatur reduceret CO₂e-udledningen alene fra kødet med 70 % – eller 487 tons. En væsentlig del af den reduktion kommer fra 2024-2025, hvor CO₂e-udledningen blev reduceret med hele 40 %.

Så resultaterne er til at tage og føle på. Men arbejdet er langt fra slut. For det grønne køkken er ikke en færdig



Foto: Heather Gill på Unsplash

løsning. Det er en bevægelse. Der eksperimenteres stadig. Med flere og mindre retter. Med nye teknikker. Med andre måder at sammensætte måltider på. Ambitionen er, at gæsterne ikke skal føle, at de undværer noget. Ambitionen er at skabe et grønt køkken, der kan stå i sig selv.

"Vi vil gerne være en medspiller i at skabe større diversitet på flere niveauer," siger Ninna Bundgaard Christensen, hoteldirektør og tidligere køkkenchef på

Haraldskær Sinatur. "Vi tror for eksempel på, at småskalalandbrug kan have en gavnlig effekt på både miljø og biodiversitet." Det handler om flere mindre virksomheder. Og en større variation i råvarer, som kan inspirere køkkenerne. Samtidig er ambitionen at vise gæsterne, at det er muligt at drive hoteller og tage et reelt ansvar for den måde, fødevarer bliver produceret og leveret på. En forsyningskæde, der bringer køkkenerne tættere på producenterne. Og som samtidig kan bidrage til noget større.

Fakta om FoodOp

- Grundlagt i 2020 med ambitionen om at reducere madspild og digitalisere professionelle køkkener
- Samler menuplanlægning, indkøb og rapportering ét sted
- Giver køkkener bedre overblik og reducerer både omkostninger, administrativt arbejde og CO2e-udledninger
- Bruges i dag af mere end 2.000 kokke i over 700 professionelle køkkener i Norden og Storbritannien

Bedre data. Bedre beslutninger

For at arbejde endnu mere præcist med indkøb og klimaafttryk indgik Sinatur i 2025 et samarbejde med den danske foodtech-virksomhed FoodOp.

For Sinatur handler ansvarlighed også om at have styr på det, der ligger bag indkøbene. Hvor råvarerne kommer fra, hvilket klimaafttryk de har, og hvordan indkøbene udvikler sig over tid. Det kræver data og et bedre overblik, end vi tidligere har haft.

Derfor indledte Sinatur i 2025 et samarbejde med FoodOp, som blev stiftet i 2021 af blandt andre Nichlas Saul og Christian Borkenfelt med ambitionen om at skabe bedre datagrundlag i fødevarerbranchen.

Fra overblik én gang om året – til løbende indsigt

Udgangspunktet var et behov for bedre og mere ensartede data. Både i forhold til CO2e-udledning fra råvarer og drikkevarer og i håndteringen af økologiregnskaber på tværs af alle seks hoteller. I dag bliver indkøbsdata fra mere end 100 leverandører samlet i FoodOps platform hvert kvartal. Økologiregnskabet har

Sinatur også tidligere opgjort kvartalsvist. Det nye er, at der nu samtidig er løbende indsigt i CO2e-udledningen – både samlet og fordelt på de enkelte produktkategorier. Det giver et langt mere opdateret og nuanceret billede end tidligere. Samtidig er data fra både 2023 og 2024 lagt ind i systemet, så der allerede nu er et solidt grundlag for at sammenligne og udvikle indkøbene.

Et værktøj, der kan bruges i hverdagen

Data bliver ikke kun brugt i Sinaturs rapportering. De bliver også brugt i driften på hotellerne. Køkken- og restaurantchefer kan løbende følge med i deres indkøb: Hvor meget kød der bliver købt ind. Hvor råvarerne kommer fra. Hvad økologiprocenten er. Og hvordan det samlede klimaafttryk udvikler sig.

Det gør det muligt at justere undervejs i stedet for først at kunne reagere på bagkant. Samarbejdet med FoodOp skal også gøre det lettere at tilpasse datagrundlaget til nye behov, fx i forhold til bedre indsigt i danske og lokale råvarer allerede fra 2026.

Det er netop i samspillet mellem data, leverandører og den daglige drift, at samarbejdet for alvor tager form. "Det, der gør samarbejdet med Sinatur særligt, er viljen til at tage det hele vejen," fortæller Mikkel Bundgaard, Customer Succes Associate i FoodOp, og fortsætter:



Foto: Tetiana Padurets på Unsplash

"De har mange leverandører, og det kræver et stort arbejde at få data ind. Men de har været proaktive og har forstået, hvad der skal til – både i samarbejdet med leverandørerne og for at få data ud at leve i køkkenerne. Det er dér, det for alvor gør en forskel."

Små opdagelser skaber nye beslutninger

Arbejdet med data har allerede ført til nye erkendelser. "Vi har fået nogle aha-oplevelser," siger Louise Hauge Gliese, direktør på Storebælt Sinatur. Især når det gælder oprindelseslande. Indkøb, der tidligere virkede uproblematiske, har vist sig at have et aftryk, vi ikke har været opmærksomme på. Og når først det bliver synligt, er det svært at vende tilbage til det samme valg. Det ændrer ikke alt på én gang. Men det ændrer retningen over tid.

Muligheden for løbende at få data gør det også muligt for afdelingslederne at stille nye spørgsmål til deres egen

praksis: Har vi det rigtige niveau af animalske råvarer? Og matcher vores indkøb de ambitioner, vi har sat? "Det gør det nemmere at følge med i, om vi er på sporet. Ikke bare i forhold til økonomi – men også i forhold til det ansvar, vi gerne vil tage," fortæller Louise Hauge Gliese.

En proces, der fortsætter

Samarbejdet med FoodOp begyndte i 3. kvartal 2025, og Sinatur er stadig i gang med at finde den bedste måde at bruge systemet på i praksis. Men retningen er tydelig. Der er allerede tegn på en stigende interesse for at arbejde mere datadrevet – og dermed også et behov for endnu mere præcise og relevante data.

"Vi er stadig i en læringsproces," siger Louise Hauge Gliese. "Men vi kan allerede nu se, at det giver os et bedre grundlag for at træffe beslutninger i hverdagen."

Gennemførte indsatser 2025 – *Mad med holdning*

- ✓ **Det grønne køkken i praksis**
Arbejdet med det grønne køkken er i 2025 blevet foldet yderligere ud på tværs af hotellerne. Fokus har været på at udvikle måltider, hvor grøntsagerne bærer retten – uden at gå på kompromis med smag og oplevelse. Det kræver både håndværk og nye måder at tænke menuer på.

Samtidig er samarbejdet med lokale producenter blevet styrket, hvilket giver adgang til råvarer i høj kvalitet og med tydelig sæsonforankring, og er med til at understøtte lokale producenters forretning og udviklingsmuligheder.

Arbejdet har bidraget til en markant reduktion i klimaaftrykket – særligt gennem reduktion af kød – samtidig med, at flere gæster har taget godt imod de grønnere valg. Fra 2022 til 2025 har Sinatur reduceret CO₂e-udledningen fra kød med 70 % svarende til 487 tons. En væsentlig del af reduktionen er sket fra 2024 til 2025, hvor udledningen alene faldt med 40 %.

- ✓ **Data styrker indkøb og beslutninger**
I 2025 har vi indgået et samarbejde med den danske foodtech-virksomhed FoodOp for at styrke vores datagrundlag i arbejdet med indkøb og reduktion af vores klimaaftryk. Gennem platformen samles indkøbsdata fra mere end 100 leverandører, hvilket giver løbende indsigt i blandt andet CO₂e-udledning og økologiprocent på tværs af hotellerne. Det gør det muligt at følge udviklingen tæt og justere undervejs – frem for først at reagere på bagkant. Arbejdet er stadig i udvikling, men har allerede givet nye erkendelser og et bedre grundlag for at træffe beslutninger i hverdagen.



Foto: Engin Akyurt på Unsplash

Resultater og mål

	Enhed	Resultater			Mål
		2023	2024	2025	2026
Modvirkning af og tilpasning til klimaændringer					
CO2e, scope 3.1, reduktion fra kød pr. omsætningskr.	Procent	35,80*	25,20*	14,20*	-**
Andel af danske råvarer	Procent	68,44***	65,60****	76	75
Forurening					
Økologi	Procent	70,60	69,40	69,30	60-90
Klimaansvar i værdikæden					
Primære leverandører: Underskrevet samarbejdskodeks og handleplan	Procent	85	95	82	100
Mellemstore leverandører: Underskrevet samarbejdskodeks og handleplan	Procent	-	-	77	100
Kunder og slutbrugere					
Gæstetilfredshed med gastronomien	7-skala	6,40	6,42	4,55*****	4,55

* Ift. forgående år.

** Vi har de seneste år haft et målrettet fokus på at reducere brugen af animalske produkter og er nu på et niveau, hvor yderligere reduktion ikke meningsfuldt kan stå alene som mål. Derfor flytter vi fokus fra én råvarergruppe til den samlede klimaeffekt af vores måltider, så vi fortsat kan reducere vores samlede CO2e-aftryk fra vores råvarer.

*** Tallet er justeret efter 2023 rapporten på grund af fejl i beregningsmetoden.

**** Andelen af danske råvarer er i vores opgørelse for 2024 faldet. Dette skyldes ikke ændret indkøbspraksis, men udfordringer med data nøjagtigheden fra udvalgte af vores leverandører. Vi ved således, at andelen af danske råvarer er højere end det rapporterede niveau, men datakvaliteten gør, at vi har valgt kun at tage den andel med, som vi har dokumentation for at kunne sige er dansk.

***** Fra 2025 ændres skalaen fra 7-trin til 5-trin.



2025–2026 strategi

- Mad med holdning

Centrale resultater 2025/26

Sinatur's gastronomiske kodeks skaber målbar positiv impact på natur, klima & mennesker

Sinatur's gastronomiske kodeks er en central del af vores værditilbud og anerkendt af gæsterne

Planlagte indsatser 2025/26

- › Udarbejde **kategorikort for væsentlige indkøbskategorier i F&B**, hvor vi definerer udfordringer, ambitioner og certificeringer for centrale indkøbskategorier
- › Indarbejde **CO2e som faktor i menuplanlægning** og reducere det samlede kødforbrug
- › **Evaluere det nye gastronomiske kodeks**

- › Gennemføre **nudging projekt** med plantebaseret mad i samarbejde med Meet Denmark

Målepunkter 2026

- Gæstetilfredsheden på gastronomi fastholdes på 4,55 på en 5-skala
- Andelen af danske madvarer er 75 %
- Økologiprocenten er mellem 60-90 %
- 100 % af primære leverandører har underskrevet samarbejdskodeks og udarbejdet årlig handleplan
- 100 % af mellemstore leverandører har underskrevet samarbejdskodeks og udarbejdet årlig handleplan

Mål 2030

Vi er klimapositive og binder mere CO₂, end vi udleder

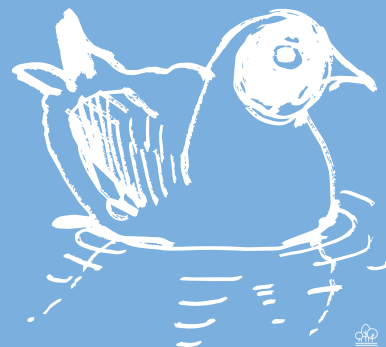
Vi øger biodiversiteten mere, end vi forringer den



Environment

Forbrug uden spild

Naturen har ingen spild, der kan alt bruges, og alt spiller en rolle. I tæt samspil med vores leverandører arbejder vi i Sinatur på at blive klimapositive – binde mere CO₂e end vi udleder – og på at øge biodiversiteten mere, end vi forringer den. Derfor er dem, vi handler med, godt selskab, og vi forpligter os gensidigt til at handle sammen, fordi det sikrer, at vi når længere.



En fælles måde at måle klimaaftryk på

I 2025 har Sinatur sammen med Moving Hospitality udviklet en fælles metode til at beregne CO₂e-aftryk pr. gæstedøgn. Et skridt, der gør det lettere for gæster at bruge data i deres egne klimaregnskaber.

Flere og flere gæster efterspørger i dag konkrete data på deres ophold. Ikke mindst i forhold til klimaaftryk, som indgår i virksomhedernes egne klimaregnskaber – særligt i scope 3. Men i hotelbranchen har det længe været svært at give et klart svar.

“Der har været mange forskellige måder at beregne på,” siger Claus Nielsen, administrerende direktør i Sinatur. “Det har gjort det svært for gæsterne at bruge tallene til noget reelt.”

Derfor gik aktørerne i Moving Hospitality i 2025 sammen om at udvikle en fælles metode til at beregne CO₂e-aftryk pr. gæstedøgn. En metode, der samler udledninger fra scope 1, 2 og 3 – og som kan bruges på tværs af hoteller og kæder.

Et fælles udgangspunkt – ikke et konkurrenceparameter

Ambitionen har ikke været at skabe endnu et tal til markedsføring. Men at skabe et fælles grundlag, som gæsterne kan stole på og bruge aktivt.

“Det her skal ikke være et konkurrenceparameter,” siger Claus Nielsen. “Det er noget, vi er nødt til at samarbejde om, hvis det skal give mening.”

Metoden er ikke perfekt. Den bygger på gennemsnitsbetragtninger og vil altid indeholde usikkerheder. “Der findes ikke ét helt præcist tal. Det vigtigste er, at vi er transparente om, hvordan vi beregner – og at vi gør det på samme måde,” fortæller Claus Nielsen.

Et skridt for gæsterne – og for branchen

I 2026 er ambitionen at tage dialogen videre med branchen – blandt andet gennem HORESTA og Dansk Erhverv – med henblik på at udbrede metoden og skabe et fælles udgangspunkt for, hvordan CO₂e-aftryk pr. gæstedøgn beregnes.

For Sinatur er det netop den type samarbejde, der er nødvendig. Ikke kun for at løfte branchen. Men for at gøre det muligt for gæsterne at træffe oplyste valg og arbejde videre med deres egne klimamål.

“Det her skal ikke være et konkurrenceparameter. Det er noget, vi er nødt til at samarbejde om, hvis det skal give mening.”

Og i Moving Hospitality samarbejdet er der flere drømme. Næste skridt er blandt andet at undersøge, hvordan dataindsamling og beregninger kan understøttes af AI – så arbejdet bliver mindre manuelt og mere ensartet på tværs af værdikæden. “Vi bruger mange af de samme leverandører, så hvis vi kan arbejde mere systematisk med data, kan vi også løfte kvaliteten af det, vi deler,” slutter Claus Nielsen.



Foto: Drahomír Hugo Postebý-Mach på Unsplash

Vi bygger med omtanke

Når Sinatur bygger og renoverer, er det med en bevidsthed om, at netop byggeriet er en af de største kilder til klimaaftryk. Derfor handler det ikke kun om, hvad der skal bygges – men om hvordan.

Byggeri er blandt det, der sætter det største klimaaftryk i Sinaturs forretning – både når der renoveres, og når der bygges nyt.

Sinaturs hoteller er historiske ejendomme, som kræver løbende vedligehold og tilpasning. Samtidig passer de ikke altid til de behov, der er i dag – hverken i forhold til kapacitet eller funktion.

Derfor opstår der et valg. Hvordan udvikler vi uden at forringe det, vi allerede har? Og hvornår giver det mening at bygge nyt – frem for at bevare?

Et projekt med flere hensyn

I 2025 har arbejdet samlet sig om ét konkret projekt på Gl. Avernæs. Her undersøger Sinatur mulighederne for

både renovering og en ny tilbygning. Et arbejde, der stadig er i udvikling, og hvor næste skridt afhænger af både business case og retning.

Til opgaven har Sinatur valgt at samarbejde Søren Jensen Rådgivende Ingeniører, som har stået for projektering, tegninger og visualisering. Og valget er ikke tilfældigt. "Det var helt naturligt for os," siger Claus Nielsen, administrerende direktør i Sinatur. "De er B Corp-certificerede, ligesom vi er, og arbejder med de samme værdier, som vi gerne vil stå på mål for."

"I projektet på Gl. Avernæs arbejder vi tæt sammen med Sinatur om at finde løsninger, der ikke blot respekterer bygningernes historie – men som aktivt stræber efter at bidrage positivt til

både menneskene, der skal bruge dem, og den planet vi bygger på. Det er noget, der fylder meget hos os i Søren Jensen. Det er meningsfuldt at være del af et projekt, hvor spørgsmålet 'Hvad er det rigtige at gøre her?' ligger bag beslutningerne – det er en tilgang, vi deler med Sinatur. Samarbejdet giver os mulighed for at arbejde ud fra vores regenerative paradigme og stille de spørgsmål, der er nødvendige for at bevæge os mod bygninger, der giver mere tilbage, end de tager," fortæller Frank Jensen, Ejer og bestyrelsesformand, Søren Jensen Rådgivende Ingeniørfirma.

Byggeri handler også om værdier

Byggeri er aldrig neutralt. Det kræver ressourcer. Det har et aftryk. Og det stiller nogle grundlæggende spørgsmål. "Det er en moralsk snubletråd for os," siger Claus Nielsen. "På den ene side vil vi gerne udvide og tænke i nye baner. På den anden side skal vi være tro mod det, vi står for."

"Det er en moralsk snubletråd for os. På den ene side vil vi gerne udvide og tænke i nye baner. På den anden side skal vi være tro mod det, vi står for."

Hvis projektet bliver realiseret, er ambitionen klar. Materialerne skal vælges med omhu. Det, der kan genbruges, skal genbruges. Og samarbejdet med rådgivere og entreprenører skal sikre, at løsningerne bliver så skånsomme som muligt. Det er her, de største forskelle kan skabes. Ikke kun i det, der bygges. Men i hvordan det

bliver gjort. "Det er dyrere," siger Claus Nielsen. "Men vores samvittighed er vigtigere."

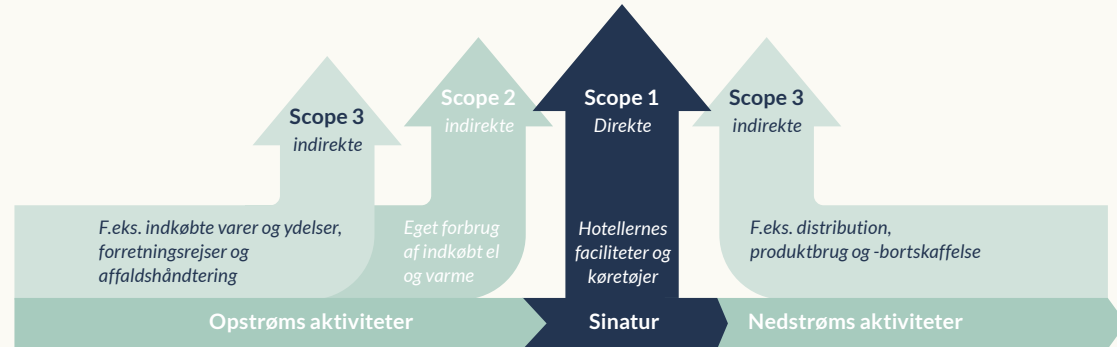
Vi skal lykkedes med det rigtige projekt

Projektet er endnu ikke besluttet. Der arbejdes i 2026 videre med at finde en løsning, der hænger sammen – både økonomisk og værdimæssigt.

Ambitionen er ikke bare at bygge. Men at gøre det på en måde, der lever op til det, Sinatur ønsker at stå for. Og netop derfor er samarbejdet med Søren Jensen Rådgivende Ingeniører afgørende. "Hvis vi gør det, skal vi gøre det ordentligt," slutter Claus Nielsen.

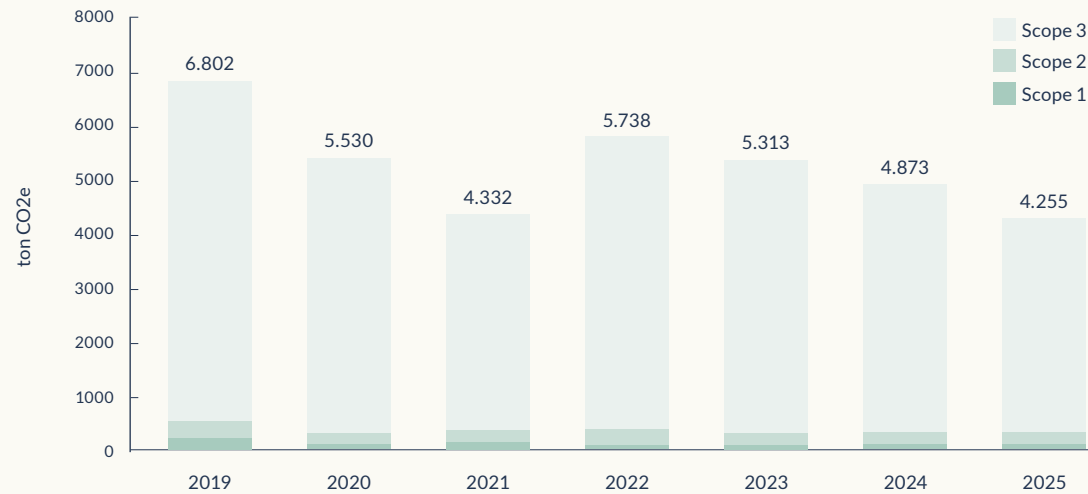
Hovedkonklusioner fra Sinaturs 2025 klimaregnskab

Hvad omfatter scope 1, 2 og 3?



Figuren er baseret på GHG-protokollen, som er den internationale standard for opgørelse af udledning af drivhusgasser.

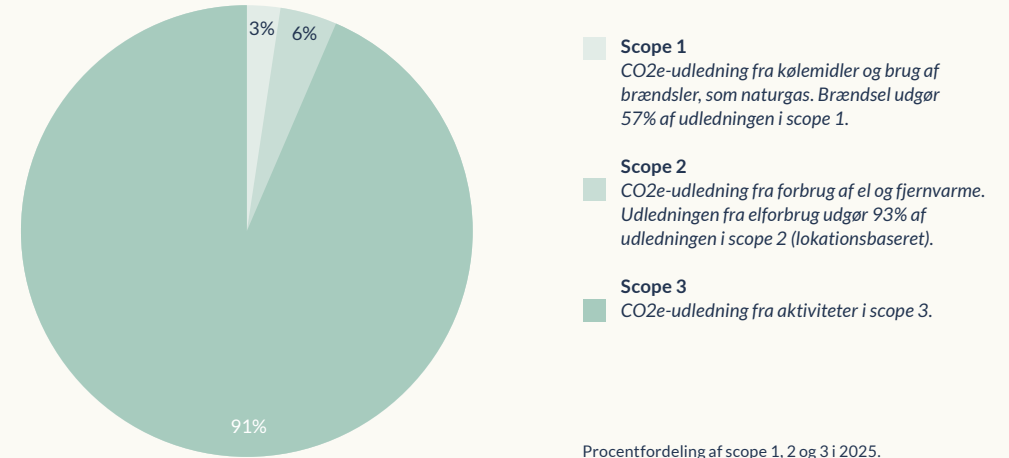
Sinaturs totale udledning i ton CO2e fordelt på scope 1, 2 og 3 i årene 2019-2025



Samlet drivhusgasudledning i scope 1, 2 og 3 for år 2019-2025.

I ovenstående figur ses, at Sinaturs udledninger er faldet sammenlignet i forhold til 2019. Reduktionen i scope 3 er samlet set på ca. 38%, siden 2019 og 14% i forhold til sidste år (2024).

Sinaturs udledning fordelt på scope 1, 2 og 3 i 2025



Procentfordeling af scope 1, 2 og 3 i 2025.

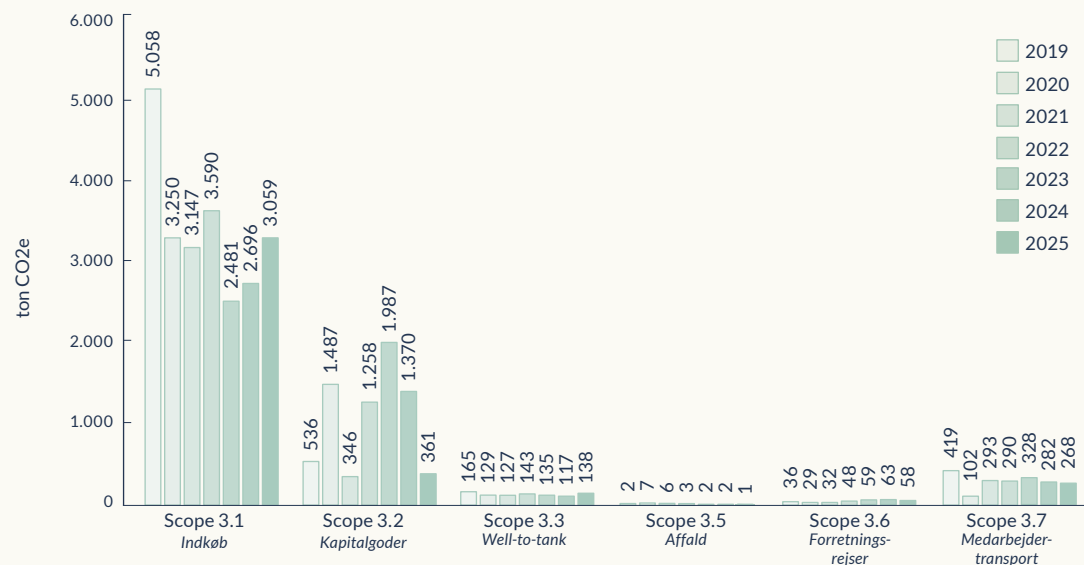
Sinaturs CO2e intensitet 2019-2025

Nøgletal for Sinaturs absolutte drivhusgasudledning (ton CO2e) og relative drivhusgasudledning relateret til omsætningen (ton CO2e/mio. DKK) for årene 2019-2025.

	Enhed	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Scope 1	ton CO2e	267	134	152	111	107	134	138
Scope 2	ton CO2e	318	212	230	297	213	209	232
Scope 3	ton CO2e	6217	5004	3951	5331	4993	4530	3886
Total	ton CO2e	6802	5350	4332	5738	5313	4873	4255
CO2e-intensitet* (scope 1+2)	ton CO2e/mio. DKK omsat	3,4	-	-	2,3	1,7	1,8	1,8
CO2e-intensitet* (scope 1+2+3)	ton CO2e/mio. DKK omsat	39,8	-	-	32,7	28,4	25,2	21,1

*For indkøbt energi er den lokationsbaserede metode anvendt.

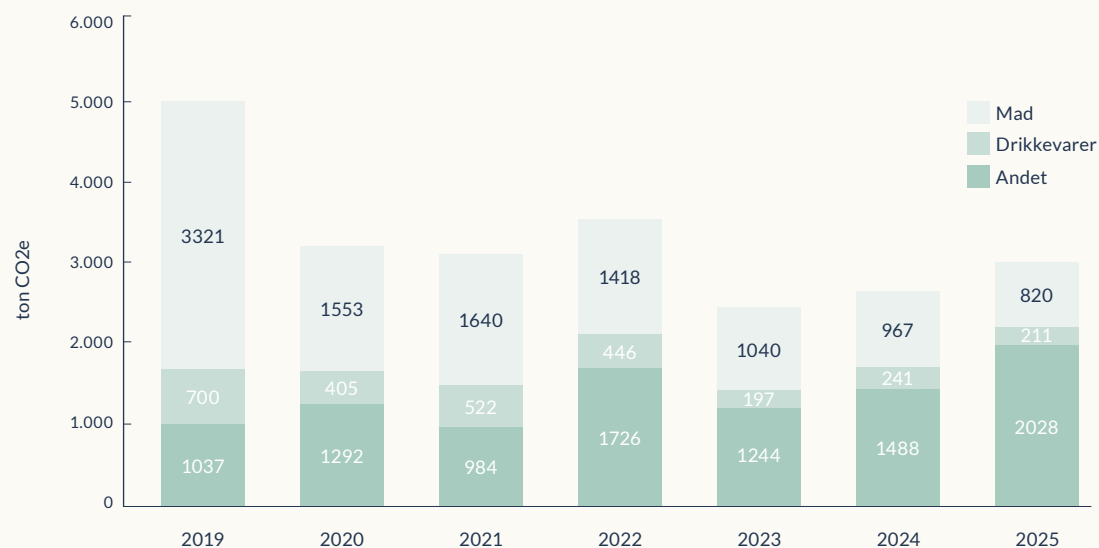
Sinatur's totale scope 3 udledning i ton CO2e fordelt på kategorier i årene 2019-2025



Drivhusgasudledninger i scope 3 fordelt per kategori for år 2019-2025.

I figuren ses specielt en væsentlig reduktion i scope 3.2, som skyldes at tidligere renoveringsprojekter er blevet afsluttet. Det ses også, at udledningen fra aktiviteter i scope 3.1 er steget en anelse, hvilket primært skyldes indkøb af varer og ydelser, som ikke er mad- og drikkevarer.

Scope 3.1: Indkøbte varer og services



Scope 3.1 udledninger i år 2019-2025 fordelt på mad, drikkevarer og indkøb af andre varer eller services.

Genberegninger af tidligere år

Udledningen i basisåret og evt. tidligere regnskabsår kan genberegnes, hvis der sker væsentlige strukturelle eller metodiske ændringer. Formålet med genberegninger er at sikre konsistens og sammenlignelighed over tid. Ændringer som medfører genberegninger inkluderer:

- opkøb eller frasalg af væsentlige aktiviteter samt ændringer i organisatoriske grænser
- væsentlige forbedringer i datakvalitet
- opdatering af emissionsfaktorer eller beregningsmetoder

I Sinatur's klimaregnskab fra 2025 er væsentlige ændringer defineret ved, at de påvirker den samlede drivhusgasudledning med mere end 5%. I visse tilfælde foretages genberegninger under denne grænseværdi, hvis det anses som praktisk i forhold til de anvendte beregningsværktøjer og emissionsfaktordatabaser. Genberegning af udledningen i basisåret og tidligere regnskabsår kan betyde, at udledningen i denne klimaregnskab kan afvige fra tidligere års udgivne klimaregnskaber. Det er til enhver tid udledningen i det senest offentliggjorte klimaregnskab, der repræsenterer det bedste estimat på den reelle drivhusgasudledning. Tidligere års klimaregnskaber opdateres ikke ved genberegning af udledningen.

Genberegning foretages ikke som følge af organisk vækst eller fald i aktivitetsniveau.

Ansvarlighed smitter



Sinatur har købt vin hos Sigurd Müller Vinhandel i tæt på 20 år. Men samarbejdet ændrede karakter, da Sinatur stillede krav om en B Corp certificering.

Samarbejdet med Sigurd Müller blev etableret længe før, arbejdet med ansvarlighed for alvor tog fart. Det nye var derfor ikke relationen, men hvad den skulle kunne. I de senere år har Sinatur arbejdet målrettet med sine leverandører. Ikke flere leverandører, men færre og tættere samarbejder. Valget er faldet på dem, der deler vores værdier, kan dokumentere deres arbejde med ansvarlighed, og som er villige til at udvikle sig sammen med os.

Det har også ændret ved samarbejdet med Sigurd Müller. "Vi fik et klart signal om, at Sinatur gerne ville et tættere samarbejde, men at det krævede, at vi formaliserede vores arbejde med ansvarlighed," fortæller Ib Bergkjær, administrerende direktør hos Sigurd Müller. Konkret betød det, at arbejdet med at blive B Corp certificeret blev prioriteret langt højere. "Vi gjorde mange ting i forvejen, men det var ikke

konkretiseret i politikker – og slet ikke i en certificering," siger Ib Bergkjær og fortsætter: "Men det blev det, fordi vi gerne ville fortsætte samarbejdet. Så man kan sige, at det var et kærligt skub."

Sigurd Müller er samtidig ejet af omkring 400 aktionærer, som alle er kunder. Det giver en anden ramme for de valg, der bliver truffet. "Hvis vi gør noget, der skaber en positiv forskel, er der opbakning med det samme," siger Ib Bergkjær. "Vi har ikke en investor, der kræver kortsigtet afkast. Der er plads til at investere i noget, der rækker længere."

Krav følges op af forretning

Sammen med kravet om B Corp certificering fulgte også forretning. Sinatur garanterede nemlig Sigurd Müller omkring 80 % af det samlede vinindkøb. Det gav en stabilitet, som gjorde det muligt at investere i udviklingen og tænke længere frem end den næste

ordre. Det ændrede relationen. Fra leverandør til reel samarbejdspartner. "Det giver os mulighed for at udvikle os sammen," fortæller Ib Bergkjær.

For Sinatur er det en bevidst tilgang. Indkøb er ikke kun et spørgsmål om pris, kvalitet og leveringssikkerhed. Det er et håndtag vi kan bruge til påvirke meget mere, end vi kan alene. Men det stiller også krav til begge parter.

Samarbejdet mellem Sigurd Müller og Sinatur har blandt andet konkret udmøntet sig i udviklingen af husets vine. Her handlede kravene ikke kun om smag og pris. Vinene skulle også være økologiske, og transporten skulle have så lav en belastning som muligt.

Det har blandt andet ført til valg af flasker med mindre glas og dermed lavere vægt. Det reducerer påvirkningen fra transporten – og betyder samtidig, at Sinatur kom på forkant med de krav til emballage og producentansvar, der blev indført i 2025. "Løsningerne er ikke altid lette, men det handler om, at vi kan se hinanden i øjnene og sige, at det her er det bedste valg," siger Ib Bergkjær. Det gælder også, når valgene tager længere tid eller koster mere.

Et samarbejde i bevægelse

Samarbejdet bliver løbende vurderet og prioriteret. Begge parter forventer at blive udfordret og udvikle sig.

Fokus har samtidig flyttet sig – fra produktet til måden, der arbejdes på. Fra vin til viden og kompetencer. Det handler ikke kun om, hvad der bliver leveret – men om hvordan.

"Løsningerne er ikke altid lette, men det handler om, at vi kan se hinanden i øjnene og sige, at det her er det bedste valg."

Arbejdet er også begyndt at række længere ud. Flere af de producenter, Sigurd Müller samarbejder med, har ændret praksis. "Det tager tid," siger Ib Bergkjær og fortsætter: "Vi kan ikke

redde hele verden på én gang, men vi kan alle gøre det lidt bedre først, og så meget bedre til sidst." Det er netop den udvikling, Sinatur ønsker at bidrage til – ved at bruge samarbejdet aktivt og stille krav, der også kan mærkes hos producenterne.

"Vi er afhængige af, at vores leverandører bevæger sig i samme retning som os," siger Claus Nielsen, administrerende direktør i Sinatur. Det er ikke alle, der gør det. Men dem, der gør, bliver valgt til – og prioriteret. Vi rykker mere, når vi gør det sammen.

Fra køkkenaffald til møbler

Hos Sinatur bliver affald ikke kun sorteret og sendt videre – det bliver omdannet til nye produkter. I samarbejde med designvirksomheden HOUE er plast fra køkkenerne blevet til nye havemøbler på hotellerne.

Samarbejdet mellem Sinatur og HOUE begyndte med et konkret behov – nye conferencestole til et af hotellerne. Valget faldt på HOUE, der havde udviklet en stol lavet af husholdningsaffald. Og det blev startskuddet til noget større.

Kort efter opstod idéen om at bruge Sinaturs eget plastaffald fra køkkenerne som råmateriale til nye møbler. En idé, som HOUEs ejerleder, Lars Houe, greb med det samme.

“Vi havde længe haft en vision om at arbejde med affald tættere på kilden,” fortæller han. “Men det kræver en partner, der tør være med til at teste det i praksis.”

Det blev Sinatur.

I dag er PP-plast fra Sinaturs brugte fødevareremballage blevet indsamlet, rensat og omdannet til nye udendørsmøbler, som i 2025 fandt vejen til alle 6 hoteller. Medarbejdere og gæster sidder bogstaveligt talt på det, der tidligere var skyrbøtter og rapsoliedunke – og kan se, at affald faktisk kan blive til noget.

“Det gør affaldet meget mere nærværende,” siger Lars Houe. “Det bliver ikke bare noget, man taler om – det bliver tydeligt, at det kan omdannes og bruges igen.”

Et samarbejde, der kræver vilje

At omsætte affald til nye produkter er ikke uden udfordringer. Logistik, materialehåndtering og produktion kræver nye løsninger – og det er sjældent effektivt fra starten.



Foto: Kiwihug på Unsplash

Samarbejdet kort fortalt

- PP-plast fra Sinaturs køkkener genanvendes
- 1,5–3,2 kg plast bruges pr. møbel
- Op til 97 % af materialet er genanvendt plast
- Affald indsamles, renses og omdannes til havemøbler
- Havemøblerne bruges i dag på alle seks hoteller
- Eksempel på cirkulær tænkning i praksis

“Alligevel valgte vi at gøre det,” fortæller Lars Houe. “Men det kræver nogen, der kan tage beslutninger og vil noget mere end bare at drive traditionel-forretning. Det vil Sinatur – og det er det, der har gjort samarbejdet muligt.”

Hos Sinatur er samarbejdet et konkret eksempel på, hvordan ambitioner bliver omsat til handling.

“Samarbejdet med HOUE er et godt eksempel på den type partnerskaber, vi ønsker,” siger administrerende direktør i Sinatur Claus Nielsen, og fortsætter: “Hvor vi sammen kan udvikle løsninger, der rækker ud over vores egen

forretning – og som forhåbentlig kan inspirere andre ved at vise, at cirkulære løsninger kan fungere i praksis.”

Et skridt mod noget større

For både Sinatur og HOUE rækker ambitionen videre end de enkelte møbler. Samarbejdet peger på nye måder at arbejde med ressourcer og design – og på potentialet i at tænke værdikæder tættere sammen.

“Hvis vi kan få den her type løsninger til at leve flere steder i hospitality-branchen, kan det virkelig gøre en forskel,” slutter Lars Houe.

Resultater og mål

	Enhed	Resultater			Mål
		2023	2024	2025	2026
Modvirkning af og tilpasning til klimaændringer					
Energiforbrug opgjort på fossile kilder	GJ, uden diesel/benzin	1.832	1.475	1.472	-
Energi forbrug opgjort på vedvarende energikilder	GJ, uden diesel/benzin	18.687	22.602	23.660	-
Energiintensitet	GJ/mio. DKK	110	123	125	-
CO2e Scope 1	ton CO2e	107	134	138	15% reduktion*
CO2e Scope 2	ton CO2e	213	209	231	3% stigning*
CO2e Scope 3	ton CO2e	4.993	4.530	3.885	7% reduktion*
Vand- og havressourcer					
Sinatur's vandforbrug	M3	21.084	22.300	21.738	-
Vandforbrug pr. gæst	M3	0,21	0,22	0,20	-
Ressourceanvendelse og cirkulær økonomi					
Deponi	Kg	460	540	370	-
Deponi - reduktion pr. gæstedøgn	Procent	5	17 stigning**	40***	-
Forbrænding	Kg	58.263	54.730	47.930	-
Genanvendelse	Kg	269.818	301.074	271.707	-
Klimaansvar i værdikæden					
Primære leverandører: Underskrevet samarbejdskodeks og handleplan	Procent	85	95	82	100
Mellemstore leverandører: Underskrevet samarbejdskodeks og handleplan	Procent	-	-	77	100

* Målene for scope 1 og 2 er under forudsætning af, at der installeres varmpumper som planlagt på Frederiksdal Sinatur. Dette vil medføre en reduktion i scope 1 og en mindre stigning i scope 2 grundet øget elforbrug. Målene i scope 1 og 2 er i ift. 2025, mens målet for scope 3 er ift. 2024.

** Stigningen kan henføres alene til ekstraordinære renoveringsopgaver, som Sinatur selv har foretaget.

*** Ift. 2024



Foto: Tee på Unsplash

2025–2026 strategi – Forbrug uden spild

Centrale resultater 2025/26

Planlagte indsatser 2025/26

Sinatur dokumenterer og synliggør systematisk udvikling i CO2e-aftryk

- Reducere CO2e i scope 1 & 2 - implementere udvalgte indsatser i klimastrategien, herunder udarbejde reduktionstrappe frem mod 2030
- Udarbejde klimaregnskab
- Synliggøre gæsternes CO2e-aftryk

Sinatur arbejder metodisk med risikostyring i værdikæden

- Implementere systematisk tilgang til risikostyring (due diligence) i værdikæden og sikre transparens for omverden

Sinatur arbejder i gensidigt forpligtende partnerskaber med leverandørerne

- Implementere vores ansvarlige indkøbspolitik, formalisere roller og ansvar og styrke leverandørstyringen
- Udarbejde kategorikort for væsentlige indkøbskategorier i non-food, hvor vi definerer udfordringer, ambitioner og certificeringer for centrale indkøbskategorier
- Investere i samarbejde og kompetenceløft blandt leverandørerne for at sikre fremdrift
- Drive projekt med udvalgte primære distributører

Sinatur arbejder aktivt med at forebygge affald

- Definere affaldsstrategi med fokus på forebyggelse

Målepunkter 2026

- CO2e i scope 1 er reduceret 15 % (ift. 2025)
- CO2e i scope 2 er steget 3 % (ift. 2025)
- CO2e i scope 3 er reduceret med 7 % (ift. 2024)
- 100 % af primære leverandører har underskrevet samarbejdskodeks og udarbejdet årlig handleplan
- 100 % af mellemstore leverandører har underskrevet samarbejdskodeks og udarbejdet årlig handleplan
- Deponi pr. gæst er på samme niveau som i 2024

Mål 2030

Vi er klimapositive og binder mere CO2, end vi udleder

Vi øger biodiversiteten mere, end vi forringer den



Social

En tydelig stemme

I Sinatur insisterer vi på at gøre en forskel for verden. Både for gæsterne, for branchen og for de lokalsamfund, vi er en del af. Derfor bruger vi vores taletid på at inspirere vores gæster til at ændre vaner og tage større ansvar for naturen. Vi arbejder målrettet på, at de virksomheder, vi er i berøring med, bliver inspireret til en endnu mere ansvarlig virksomhedsdrift, ligesom vi arbejder på at skabe yderligere politisk gehør for vores mærkesager.



Ansvarlighed kræver flere stemmer

Ansvarlighed er ikke kun noget, der bliver besluttet. Det er noget, der skal kunne forklares. Derfor har Sinatur sat gang i et internt forløb, hvor flere medarbejdere lærer at fortælle og om det, de er en del af.

I takt med at flere gæster interesserer sig for de valg, der ligger bag et ophold, opstår der også flere spørgsmål. Om maden, om råvarerne, og om hvorfor noget er valgt til – og noget andet fra. De spørgsmål bliver ikke stillet ét bestemt sted. De opstår i samtaler i dagligdagen, og derfor kan svarene heller ikke ligge hos én person.

Det er baggrunden for, at Sinatur har i 2025 satte gang i et internt uddannelsesforløb. Det hedder "Train the Trainer", og ambitionen er, at flere medarbejdere skal kunne forklare, hvad Sinatur gør – og hvorfor.

"Troværdigheden opstår først for alvor, når det ikke kun er noget, vi har besluttet – men noget medarbejderne selv kan forklare og stå på mål

for i mødet med gæsten," siger administrerende direktør i Sinatur, Claus Nielsen.

Forløbet hænger også direkte sammen med to af Sinaturs 2030-mål om at inspirere gæster og andre virksomheder til at tage større ansvar. Men det kræver, at medarbejderne føler sig trygge i at formidle det, de er en del af.

Svaret er ikke altid enkelt

Igennem 2025 har omkring 50 medarbejdere har været igennem første runde af forløbet. Alle har haft mulighed for at tilmelde sig, og Claus Nielsen har selv stået for undervisningen på tværs af de seks hoteller.

Fokus har været på præsentationsteknik. På at kunne stille sig frem og forklare. Og på at kunne give svar, der både er ærlige og til at forstå – også når spørgsmålene ikke har et enkelt svar.

"Mange vil gerne fortælle om det, vi gør. Interessen er der," siger Claus Nielsen. "Men når man får spørgsmål til ansvarlighed, er det sjældent sort-hvidt. Der kan være flere hensyn på spil, og så kan man komme i tvivl om, hvad det rigtige svar er. Det er den usikkerhed, vi arbejder med."



Tryghed før tempo

Undervisningen tager blandt andet udgangspunkt i de spørgsmål, gæsterne allerede stiller. Hvad er de nysgerrige på? Hvad udfordrer dem? Og hvordan svarer man på en måde, der både er præcis og giver mening i situationen?

Som en del af forløbet arbejder medarbejderne med en række af de spørgsmål, der er samlet i en fælles FAQ. Ikke for at give faste svar, men for at blive tryggere i, hvordan man kan gå til dem.

Samtidig er det en vigtig pointe, at man ikke behøver have alle svar på forhånd. Hvis man er i tvivl, må man gerne sige det. "Det er helt okay at sige, at man lige undersøger det," siger Claus Nielsen. "Det vigtigste er ikke at svare hurtigt – men at svare ærligt."

Når flere medarbejdere føler sig trygge i at fortælle, sker der noget med den måde, arbejdet bliver oplevet på – også udefra. Det bliver mindre noget, der ligger i strategier og beslutninger, og mere noget, der kommer til udtryk i mødet med gæsterne. "Det er vigtigt, at gæsterne kan mærke, at det lever i hele organisationen," fortæller Claus Nielsen. "At det ikke kun er noget, vi taler om – men noget vi kan stå på mål for."

Samtalen med gæsten

For Daniel Vedstedsen, conference- og receptions-kordinator på Skarrildhus Sinatur, er det allerede en del af hverdagen. Han har vist over 1.000 gæster rundt og forklarer undervejs de valg, Sinatur har truffet. Nogle gange bliver han udfordret. "Jeg har haft gæster, der gerne ville have store røde bøffer," fortæller han. "Og det serverer vi jo ikke. Men så taler

vi om det. Ofte ender det i en løsning. Andre gange er vi ikke enige – og det skal der også være plads til." Daniel Vedstedsen kalder sig selv en skydeskive indimellem. Men han tror på det, han siger.

For Dorte Henbo Petersen, senior key account manager hos Sinatur, handler det om at gøre arbejdet konkret for gæsterne. "Det gør en forskel, at vi kan vise, hvad vi faktisk gør," siger hun. "Så bliver det lettere at forstå."

Det er også afgørende at vise, at vi kan stå inde for det, vi sælger. "Vi har truffet nogle valg tidligt, som vi stadig står fast på. Det giver troværdighed," fortsætter Dorte Henbo Petersen. Samtidig kræver det en erkendelse af, at forandring tager tid. "Vi kan ikke flytte alting på én gang. Vi må tage det i skridt – og have respekt for, hvad gæsterne er klar til," slutter hun.

Et arbejde, der fortsætter

Train the Trainer fortsætter i 2026 med en ny runde, hvor fokus på formidling bliver endnu skarpere. Flere medarbejdere skal med, og flere skal kunne tage samtalerne med gæsterne.

Det kræver træning. Men også en organisation, der giver plads til det. "Vi skal turde lægge de klassiske strukturer lidt væk," siger Claus Nielsen. "Alle medarbejdere har en stemme. Og den skal bruges."

De fleste gæster kommer til Sinatur for et møde eller en konference. Men undervejs opstår der samtaler om de valg, der er truffet – og hvorfor. For nogle bliver det måske en refleksion, de tager med sig hjem. For andre kan det være et første skridt mod at gøre noget anderledes. Det er i hvert fald ambitionen.

Der er ingen førsteplads i ansvarlighed

Sinatur har gennem mange år arbejdet med ansvarlighed i egen drift. Men ambitionen stopper ikke dér. Det, der for alvor rykker, er det, der bliver delt – med gæster, leverandører og resten af branchen.

Arbejdet med ansvarlighed i Sinatur begyndte helt naturligt hos os selv. I køkkenerne, i indkøbene, og i måden hotellerne bliver drevet på. Beslutninger, der skulle kunne fungere i hverdagen og stå på mål for sig selv. Undervejs blev det tydeligt, at det ikke er nok.

“Vi når ikke langt alene,” siger administrerende direktør i Sinatur, Claus Nielsen. “Hvis vi skal bidrage til en bedre verden, kræver det, at vi løfter i flok.”

Det, vi deler, skaber værdi

Allerede tilbage i 2019, da Sinatur definerede 2030-mål, blev ambitionen om at inspirere andre skrevet ind:

- Vi har inspireret vores gæster til at tage større ansvar for naturen.
- Vi har inspireret flere virksomheder til ansvarlig virksomhedsdrift.

Den gang var det en retning – i dag er det en central del af vores arbejde. For hvis ikke flere flytter sig, flytter det samlede billede sig ikke. Derfor er arbejdet med

ansvarlighed i dag ikke kun noget, der foregår internt. Det er også noget, vi deler. Ikke som færdige svar, men som erfaringer fra praksis. Noget, der kan bruges, oversættes og tages videre af andre.

Det gælder også i mødet med gæsterne på vores hoteller. For det er her, arbejdet bliver konkret. I det måltid, der bliver serveret. I fortællingen om råvarerne. I de valg, der ligger bag opholdet. Ikke som en løftet pegefinger, men som en invitation til at se tingene lidt anderledes.

“Det praksisnære er det, der gør forskellen,” forklar Claus Nielsen. “Det er der, andre kan spejle sig. Ikke i flotte formuleringer, men i det, vi faktisk gør.”

Samarbejder, der flytter mere

Den samme tilgang gælder leverandører. Samarbejderne handler ikke kun om leverancer, men om relationer og om at udvikle løsninger sammen. Om at stille krav og være villig til selv at flytte sig.

“Vi kan godt påvirke, også som en mindre spiller,” siger Claus Nielsen. “Men det kræver, at vi arbejder med nogen, der deler vores ambitioner.”

Samarbejder med blandt andre Local Spirits og Textilia er eksempler på relationer, hvor fælles retning fylder mere end vores indkøbsvolumen. Sammen med Local Spirits arbejder Sinatur blandt andet med genopfyldelige ecoTOTES til spiritus som alternativ til engangs-embalage, mens samarbejdet med Textilia handler om at give udtjente tekstiler nyt liv gennem upcycling.



Foto: Wiktoria Skrzekotowska på Unsplash

En branche, der deler

Som vi deler også med branchen. Branchefælleskabet Moving Hospitality, som Sinatur har taget initiativ til, er et eksempel. Hoteller, der ellers konkurrerer, arbejder sammen om det, der er svært at løse alene.

“Det handler ikke om at fremstå bedst,” understreger Claus Nielsen. “Det handler om at blive klogere sammen. Der er ingen vinder i den forandring, vi står overfor. Kun tabere, hvis vi ikke flytter nok.”

Erfaringer, der bliver brugt af andre

Sinatur deler også erfaringer uden for branchen. Gennem foredrag og oplæg for virksomheder, der gerne vil høre mere om, hvordan ansvarlighed bliver til praksis. Mange oplever, at det kan være svært at komme i gang. Hvor er det er bedst at starte? Og hvordan arbejder man med noget, der ikke har en tydelig målstreg. Den del bliver også delt. Ikke for at tage modet fra nogen, men

for at gøre det mere virkeligt. På Danmarks Medie- og Journalisthøjskole indgår erfaringerne i undervisningen som konkrete cases, der giver de studerende indblik i de valg og dilemmaer, der følger med, når ansvarlighed omsættes til praksis.

Flere begynder at flytte sig

Det kan mærkes, når flere begynder at gøre noget anderledes. Gæster tager oplevelser og refleksioner med sig videre. Leverandører ændrer praksis. Og virksomheder rækker ud for at lære.

“Vi kan se, at det skaber bevægelse,” fortæller Claus Nielsen. “Og det giver håb. Ikke fordi vi har alle løsningerne, men fordi vi er flere, der arbejder i samme retning. For der er ingen førsteplads i det her. Det, der rykker noget, er, når flere begynder at gøre noget anderledes.”

Møder, der bidrager til naturen



Hos Sinatur bliver hvert møde til et bidrag til naturen. I 2025 gik støtten både til land og hav.

Når der afholdes et møde eller en konference hos Sinatur, bliver der samtidig givet noget videre. For hvert arrangement bliver der doneret natur gennem samarbejdet med Den Danske Naturfond og Havhøst.

Det kobler opholdet med noget, der rækker ud over selve mødet og gør det konkret, hvad man som gæst er med til at bakke op om.

“Vi vil gerne have, at gæsterne oplever, at de bidrager til noget uden for mødelokalet,” siger administrerende direktør i Sinatur, Claus Nielsen. “At man går herfra med en god oplevelse og ved, at der også er sat noget i gang et andet sted.”

Natur tæt på

Samarbejdet med Den Danske Naturfond går tilbage til 2019 og handler om at beskytte og udvikle natur i Danmark. I 2025 svarede Sinaturs bidrag til 4.085 kvadratmeter natur. Et areal på størrelse med flere håndboldbaner. Områderne ligger blandt andet i Vejle Ådal, Lerbjerg Skov på Midsjælland og Hesbjerg Skov på Fyn.

“Det betyder noget, at det er tæt på,” siger Claus Nielsen. “At man kan pege på det og sige: det er det her, vi er med til at sikre.”

For Sinatur er samarbejdet også en måde at bruge forretningen aktivt. At investere i noget, der ligger uden for hotellerne og bidrager til natur og biodiversitet.

Fra land til hav

I 2025 blev indsatsen udvidet til også at omfatte havet. Gennem samarbejdet med Havhøst går støtten til udvikling af mere ansvarlige måder at bruge havets ressourcer på.

“Alle vores hoteller ligger tæt på vand,” fortæller Claus Nielsen. “Derfor giver det mening også at støtte arbejdet i havet.”

Donationerne til de to organisationer er i dag fordelt ligeligt.

En del af oplevelsen

For gæsterne betyder donationerne, at et ophold ikke kun er et ophold. Det sætter også noget i gang uden for hotellet. “Vi lever af at give gode oplevelser,” siger Claus Nielsen. “Og det må også gerne være en oplevelse, man tager med sig videre.”

Sinatur fortsætter samarbejdet i 2026 med de to organisationer og arbejder samtidig med, hvordan gæsterne kan blive endnu mere involveret. “Det skal selvfølgelig give mening i den sammenhæng, gæsterne er i,” slutter Claus Nielsen, “Men vi er optagede af, hvordan vi kan invitere dem endnu mere med på en måde, der skaber værdi og giver håb.”

Ordentlighed skal have en stemme

Hos Sinatur er ordentlighed ikke kun noget, der leves internt. Det er også noget, vi taler højt om for at være med til at flytte en branche, der trænger til nye fortællinger.

Hotel- og restaurationsbranchen samler mange forskellige fagligheder. Mange typer mennesker. Mange måder at arbejde på. Det gør branchen til et slags minisamfund. Et sted, hvor hverdagen skal hænge sammen – på tværs af forskelligheder.

Hos Sinatur er ordentlighed det, der binder det sammen. “Vi oversætter ansvarlighed til ordentlighed,” siger Claus Nielsen, administrerende direktør i Sinatur. Det handler om, hvordan arbejdet bliver planlagt. Hvordan vi taler til hinanden. Og hvilke valg vi træffer, når der er travlt. Men for Sinatur stopper det ikke der.

Det skal siges højt

Branchen kæmper med et ry, der ikke altid er det bedste. Fortællinger om skæve arbejdstider, højt pres og steder, hvor mennesker ikke bliver behandlet med respekt, fylder stadig. “Hvis vi ikke taler om det, risikerer vi både at fremstå utroværdige – og at gøre branchen mindre attraktiv,” siger Claus Nielsen.

Derfor vælger Sinatur at være tydelig. Også udadtil. “Vi oplever, at tydeligheden tiltrækker de gæster, vi gerne vil have,” siger han. “Dem, der vælger os til, fordi vi står fast på vores valg – og ikke går på kompromis.”

Det handler om at udfordre de fortællinger, der findes – og være med til at skabe nogle nye. Fortællinger, man kan være stolt af. Og som flere har lyst til at være en del af.

Et fælles ansvar

For Sinatur handler det ikke kun om egen forretning. Det handler også om den branche, vi er en del af. “Det er måske nemmere og billigere at lade være,” siger Claus Nielsen. “Men hvis ingen tager ordet, flytter det sig heller ikke.”

Derfor er ambitionen at sætte endnu mere fokus på en branche med tydeligere fælles rammer. Hvor man som medarbejder kan forvente ordentlige arbejdsforhold og respekt i hverdagen. Og hvor man som gæst kan forvente gennemsigtighed i de valg, der bliver truffet.

Samtidig kræver det, at vi som branche tør sige fra over for det, der ikke er i orden. Der er stadig praksisser i branchen, som ikke hører hjemme – og som risikerer at trække det samlede billede i den forkerte retning.

Blikket fremad

For Sinatur handler det også om fremtiden. Om at være med til at forme en attraktiv branche. En branche, hvor man ikke kun starter – men også bliver. I 2026 sætter Sinatur ekstra fokus på ordentlighed. Blandt andet gennem en kampagne med fokus på dilemmaer om ordentlighed, der skal sætte gang i flere samtaler – både internt og i branchen.

Ambitionen er at skubbe på for, at dialogen fylder mere. Også i brancheforeningerne og på tværs af aktører. For alle er afhængige af det samme: at flere har lyst til at vælge branchen til.

“Vi har brug for en branche, man kan være stolt af – og som flere vælger til,” slutter Claus Nielsen.

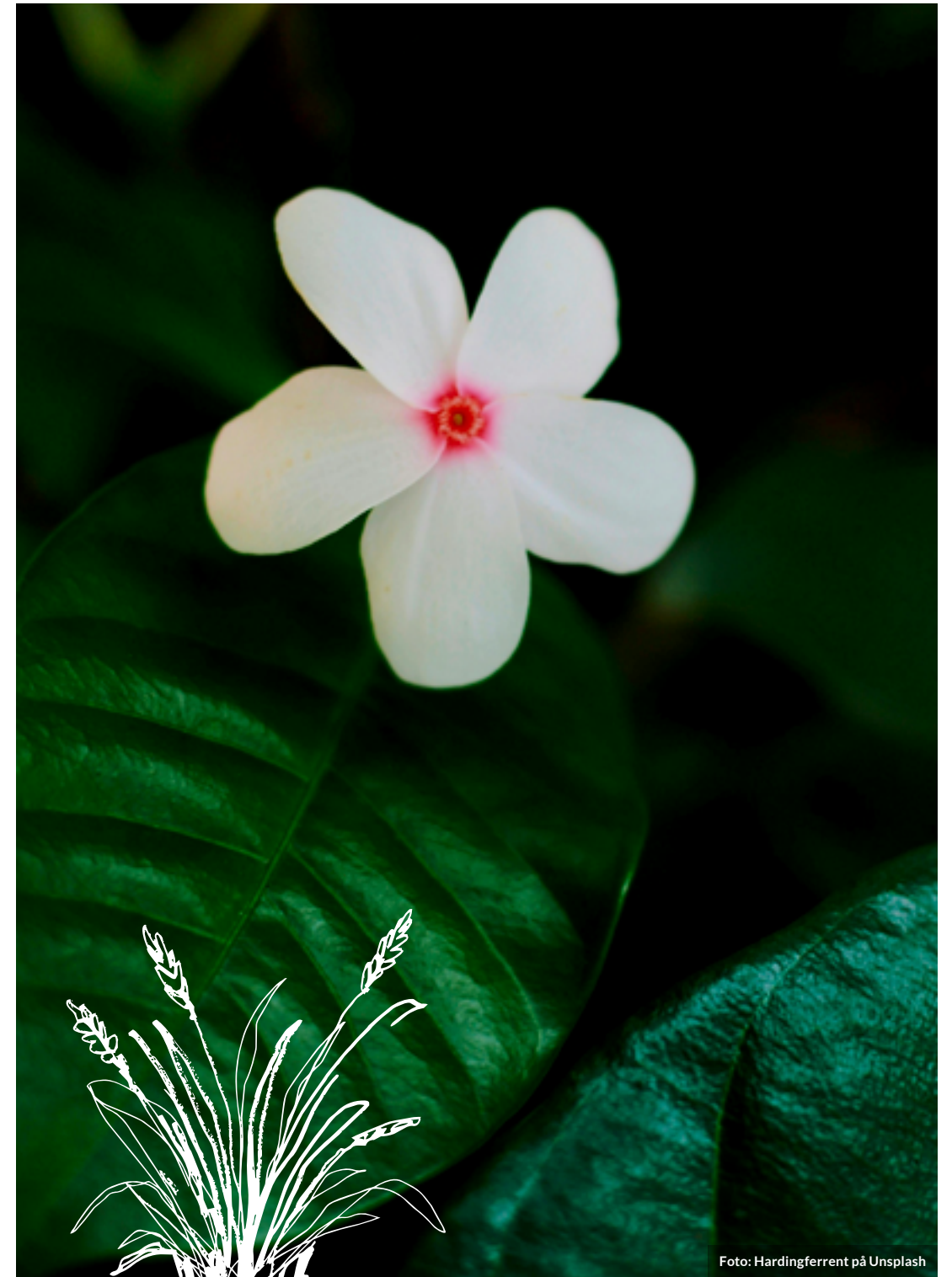
Det kræver, at nogen tager ordet.

Resultater og mål

	Enhed	Resultater			Mål
		2023	2024	2025	2026
Kunder og slutbrugere					
<i>Klager over diskrimination</i>	Antal	0	0	0	0
<i>Sager om persondatabeskyttelse</i>	Antal	0	0	0	0
Kendskab og image					
<i>Deltagelse i arrangementer og debatter*</i>	Antal	97	80	61	-
<i>Gæster, der ønsker at anbefale Sinatur</i>	NPS score	+76	+77	+77	+77
<i>Sinatur's arbejde med ansvarlighed har betydning for gæsterernes valg**</i>	Procent	-	-	72	72
Virksomhedsadfærd					
<i>Donationer til Den Danske Naturfond</i>	m ²	3.862	4.868	4.085	-
<i>Donationer til Havhøst</i>	kr.	-	-	8.304	-

* Omfatter antallet af gange, Sinatur har deltaget i arrangementer og debatter relateret til samfundsambition og strategi.

** Gæster der mener, det har høj betydning eller nogen betydning.



2025–2026 strategi – *En tydelig stemme*

Centrale resultater 2025/26

Planlagte indsatser 2025/26

Sinaturs fokus på natur og ansvarlighed er en integreret del af hele gæsterejsen

- › Implementere opdatering af gæsterejsen på alle hoteller
- › Opdatering af visuel identitet, så naturen får mere central rolle

Sinatur opfattes som en proaktiv samfundsaktør af gæster og omverden

- › **Strategisk og proaktiv PR-indsats**, der positionerer Sinatur som frontløbere inden for ansvarlig hoteldrift
- › **Styrke og videreudvikle Sinatur brandet** ved at øge relevans og differentiering
- › **Professionalisere Sinaturs tilstedeværelse på sociale medier**
- › **Deltage aktivt i events, arrangementer og sponsorater**, der understøtter Sinaturs værdisæt og støtter op om Sinatur brandet
- › Udarbejde **ESG Impact Rapport**
- › Udarbejde **engagementsstrategi**, der sikrer, at donationer og frivillighed er i tråd med vores samfundsambition

Sinatur går forrest og driver branchen i en mere ansvarlig retning

- › Udvikle og styrke **branchefællesskabet Moving Hospitality**.

Målepunkter 2026

- Sinatur tilvælges aktivt af gæsterne, fordi vi passer på naturen og tager et stort samfundsansvar
- Gæsterne anbefaler Sinatur til andre (NPS score +77)
- Sinatur bliver inviteret til at deltage i debatter, arrangementer, netværk etc. relateret til samfundsambition og indsatsspor i samme omfang som tidligere
- Sinatur anerkendes som ansvarlig frontløber i branchen
- Moving Hospitality har igangsat 2 initiativer, der flytter branchen i en mere ansvarlig retning

Mål 2030

Vi har inspireret vores gæster til at tage større ansvar for naturen

Vi har inspireret flere virksomheder til ansvarlig virksomhedsdrift

ESG-tabel

Kategori	Indikator	Enhed	2023	2024	2025
E Modvirkning af og tilpasning til klimaændringer	Energiforbrug opgjort på fossile kilder	GJ, uden diesel/benzin	1.832	1.475	1.472
	Energiforbrug opgjort på vedvarende energikilder	GJ, uden diesel/benzin	18.687	22.206	23.660
	Energiintensitet	GJ/mio. DKK	110	123	125
	CO2e Scope 1	ton CO2e	107	134	138
	CO2e Scope 2	ton CO2e	213	209	231
	CO2e Scope 3	ton CO2e	4.993	4.530	3.885
	CO2e, scope 3.1, reduktion fra kød pr. omsætningskr.	Procent	35,80*	25,20*	14,20*
	Andel af danske madvarer	Procent	68,44**	65,60***	76
Forurening	Økologi	Procent	70,60	69,40	69,30
Vand- og havressourcer	Sinaturs vandforbrug	M3	21.084	22.300	21.738
	Vandforbrug pr. gæst	M3	0,21	0,22	0,20
Ressourceanvendelse og cirkulær økonomi	Deponi	Kg	460	540	370
	Deponi - reduktion pr. gæstedøgn	Procent	5	17 stigning****	40*****
	Forbrænding	Kg	58.263	54.730	47.930
	Genanvendelse	Kg	269.818	301.074	271.707
Klimaansvar i værdikæden	Primære leverandører: Underskrevet samarbejdskodeks og handleplan	Procent	85	95	82
	Mellemstore leverandører: Underskrevet samarbejdskodeks og handleplan	Procent	-	-	77
S Karakteristisk for virksomhedens ansatte	Fastansatte opdelt på køn	Antal K/M	156/119	170/143	168/114
	Ansatte med ikke-garanterede timer opdelt på køn	Antal K/M	218/115	251/123	243/124
	Samlet antal der har forladt virksomheden	Fastansatte/reserver	60/150	54/134	57/116
Kollektive overenskomster	Andel af samlet antal ansatte omfattet af OK	Procent	91,41	92,43	92,56
Mangfoldighedsparametre	Alder	<30 / 30-50 / >50	319/179/110	342/204/141	344/184/124
	Kønsfordeling i topledelsen	Antal K/M	3/3	3/3	4/2
	Nationalitet - andet statsborgerskab end dansk	Procent	19	14	17,75*****
Personer med handicap	Andelen af personer med handicap opgjort på særlige vilkår	Procent	4,80	2,30	3,64
Sundhed og sikkerhed	Dødsfald som følge af arbejdsreleterede skader og helbred	Antal	0	0	0

Kategori	Indikator	Enhed	2023	2024	2025
	Arbejdsrelaterede skader/ulykker	Antal	8	6	7
	Sygefravær, ekskl. langtidssygemeldte	Procent	2,42	4,08	4,66
	Sygefravær, langtidssygemeldte	Procent	1,81	0,84	0,70
	Total sygefravær	Procent	4,23	4,92	5,36
Lønforstel og samlet aflønning	Kønsbestemte lønforselle	Procent	0-7,8	0-8	N/A*****
Ligebehandling - klager, hændelser	Klager og hændelser om diskrimination	Antal	0	0	0
Medarbejdertilfredshed	eNPS score	Score	+22	N/A	+17
	Svarprocent i medarbejdertilfredshedsundersøgelse	Procent	76	N/A	86
Udannelse og elever	Elever	Antal	22	34	32
	Pointgivende uddannelse (ECTS) - gennemført	Antal	47	25	32
Socialt ansvar i værdikæden	Primære leverandører: underskrevet samarbejdskodeks og handleplan	Procent	85	95	82
	Mellemstore leverandører: underskrevet samarbejdskodeks og handleplan	Procent	-	-	77
Kunder og slutbrugere	Klager over diskrimination	Antal	0	0	0
	Sager om persondatabeskyttelse	Antal	0	0	0
Kendskab og image	Deltagelse i arrangementer og debatter (relateret til samfundsambition og strategi)*****	Antal	97	80	61
	Gæster, der ønsker at anbefale Sinatur	NPS score	+76	+77	+77
	Sinaturs arbejde med ansvarlighed har betydning for gæsterernes valg*****	Procent	-	-	72
	Gæstetilfredshed med gastronomien*****	7-skala	6,40	6,42	4,55

* Ift. foregående år.

** Tallet er justeret efter 2023 rapporten på grund af fejl i beregningsmetoden.

*** Andelen af danske råvarer er i vores opgørelse for 2024 faldet. Dette skyldes ikke ændret indkøbspraksis, men udfordringer med data nøjagtigheden fra udvalgte af vores leverandører. Vi ved således, at andelen af danske råvarer er højere end det rapporterede niveau, men datakvaliteten gør, at vi har valgt kun at tage den andel med, som vi har dokumentation for at kunne sige er dansk.

**** Stigningen kan henføres alene til ekstraordinære renoveringsopgaver, som Sinatur selv har foretaget.

***** Ift. 2024.

***** Dækker over 38 forskellige nationaliteter.

***** Opgøres i 2. halvår 2026.

***** Omfatter antallet af gange, Sinatur har deltaget i arrangementer og debatter relateret til samfundsambition og strategi.

***** Gæster der mener, det har høj betydning eller nogen betydning.

***** Fra 2025 ændres skalaen fra 7-trin til 5-trin.

Kategori	Indikator	Enhed	2023	2024	2025
G Virksomhedsadfærd	Whistleblower	Antal	1	0	0
	Betalingspraksis i forhold til betaling af fakturaer*	Dage	Max. 30 dage	Max. 30 dage	Max. 30 dage
	Donationer til Den Danske Naturfond	m ²	3.862	4.868	4.085
	Donationer til Havhøst	kr.	-	-	8.304
Økonomiske mål	Overskudsgrad	Procent	15	5	8,40
B Corp-recertificering	Pointscore	Point	108,6	-	106,60

* Betalingsbetingelser: Det er afgørende for os at sikre en sund økonomi, og et vigtigt forhold her er vores betalingsbetingelser, hvorfor vi har en politik for dette. Den bidrager til at styre vores likviditet og sikre, at vi betaler vores leverandører til tiden. Vores tydelige betalingsbetingelser reducerer også risikoen for misforståelser og tvister med vores gæster.

Vi giver ikke op på fremtiden

Der er meget i tiden, som kan få håbet til at føles skrøbeligt.

Geopolitiske spændinger, klimaforandringer og skiftende dagsordener gør det let at tvivle på, om vi som virksomheder og mennesker reelt kan gøre en forskel. Også når ambitioner udfordres, og ansvarlighed nogle steder mister momentum.

Men håb er ikke det samme som naivitet.

For os handler håb om vedholdenhed og handling. Om at blive ved med at tro på, at vi kan skabe positive forandringer sammen, selv når verden omkring os virker urolig og kompleks. Det kræver mod at holde fast i ambitionerne. Det kræver mod at fortsætte med at stille spørgsmål, udfordre vaner og være nysgerrige på, hvordan vi kan gøre tingene bedre.

I Sinatur tror vi fortsat på, at virksomheder kan være med til at flytte noget. Ikke alene, men sammen med medarbejdere, gæster, samarbejdspartnere og de mennesker, vi møder undervejs.

Forandring begynder ofte med forestillings- evnen. Med evnen til at kunne se en anden fremtid for sig. En fremtid, hvor vi tager større ansvar for naturen, for hinanden og for de fællesskaber, vi er en del af.

Måske er det netop noget af det, vores branche kan lære os.

Hver eneste dag mødes mennesker hos os på tværs af forskelligheder, baggrunde og perspektiver. Her er plads til mangfoldighed, samtaler og nye relationer. Det minder os om, at mennesker godt kan sameksistere, rumme hinanden og skabe noget sammen.

Den tanke holder vi fast i.

Vi kommer ikke til at slå op i banen. Vi vil fortsætte med at udfordre os selv, blive klogere og udvikle os sammen med andre. Ikke fordi vi tror, vi bliver færdige. Men fordi vi tror på, at ansvarlighed er noget, man aktivt vælger til igen og igen.

Og måske begynder fremtiden netop dér.

Tak for at læse med

I Sinaturs direktørgruppe er vi stolte over at kunne dele denne ESG Impact Rapport for 2025 – og invitere dig med ind i både vores ambitioner, erfaringer og refleksioner undervejs.

Verden omkring os forandrer sig hurtigt i disse år. Nye kriser, skiftende dagsordener og stigende usikkerhed gør det ikke nødvendigvis lettere at arbejde langsigtet med ansvarlighed. Tværtimod. Men måske er det netop derfor, det er vigtigere end nogensinde at holde fast i retningen – også når svarene ikke altid er enkle.

Vi synes, vi er kommet langt. Men vi ved også, at arbejdet med ansvarlighed aldrig bliver færdigt. Det er noget, vi hele tiden må udvikle, udfordre og blive klogere på. Sammen med vores medarbejdere, gæster, samarbejdspartnere og alle dem, vi deler natur, samfund og fremtid med.

Vi vil gerne takke vores medarbejdere for hver dag at være med til at omsætte vores samfundsambition til handling i praksis. Og vi håber, at rapporten ikke kun giver indblik i vores resultater, men også i de overvejelser og dilemmaer, der følger med arbejdet.

Tak fordi du læser med – og fordi du er en del af samtalen om, hvordan vi sammen kan skabe en mere ansvarlig fremtid.

På vegne af Sinatur Hotel & Konferences direktørgruppe.

Claus Nielsen, administrerende direktør og direktør Frederiksdal

Christina Nielsen, økonomidirektør og direktør Sixtus

Kirsten Secher Villumsen, direktør Skarrildhus

Louise Hauge Gliese, direktør Storebælt

Nicklas Ottosson Kanstrup, direktør Gl. Avernæs

Ninna Bundgaard Christensen, direktør Haraldskær

Mark Garde, hotelchef Frederiksdal



SINATUR
HOTEL & KONFERENCE

www.sinatur.dk

ESG Impact Rapport 2025
Udgivet maj 2026