

ESG- BERICHT

2025

SANDOZ FOUNDATION HOTELS



INHALTS- VERZEICHNIS

BOTSCHAFT DES CEO

- 3 -

2025 IN ZAHLEN

- 4 -

ÜBERBLICK

- 5 -

Über Sandoz
Foundation Hotels

- 7 -

Unsere Einrichtungen

- 9 -

Strategischer ESG-Rahmen

- 11 -

Nachhaltigkeitsgovernance

- 12 -

Berichtsrahmen und -umfang

- 14 -



DER PLANET

- 15 -

Klimawandel,
Energie und Wasser

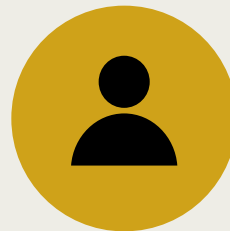
- 17 -

Abfallreduzierung

- 25 -

Artenvielfalt

- 30 -



DIE MENSCHEN

- 34 -

Diversität und Inklusion

- 36 -

Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden

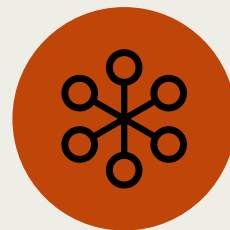
- 40 -

Schulung und Entwicklung

- 43 -

Goldenes Buch 2025

- 48 -



DIE GEMEINSCHAFTEN

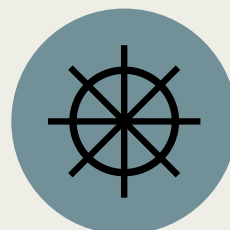
- 57 -

Verantwortungsvolle Beschaffung

- 59 -

Regionale Partnerschaften

- 62 -



GOVERNANCE

- 70 -

Unternehmensethik und Integrität

- 72 -

Verantwortliche Unternehmensleitung

- 74 -

ANHÄNGE

- 76 -

BOTSCHAFT DES CEO

Liebe Leserinnen und Leser,
Vor einem Jahr veröffentlichten wir unseren ersten ESG-Bericht – ein grundlegender Schritt und das öffentliche Bekenntnis zu einer tief verwurzelten Überzeugung: Nachhaltigkeit ist keine Einschränkung, sondern das Herzstück unseres unternehmerischen Handelns.

Dieser zweite Bericht markiert nun eine neue Etappe. Wir beginnen nicht mehr bei null. Wir messen, lernen, machen Fortschritte und stellen manchmal fest, dass gewisse Ziele mehr Zeit erfordern als ursprünglich vorgesehen. Das ist die Realität eines ehrlichen Engagements.

2025 war für unsere Betriebe ein Jahr des Wachstums. Die Zahl der Übernachtungen ist gestiegen, unsere Aktivitäten haben sich weiterentwickelt. Dennoch sinkt unsere Energieintensität pro Frequentierungseinheit weiterhin, unsere Abfallverwertungsquote steigt leicht auf 69%, und trotz der wachstumsbedingten höheren Mengen engagieren sich unsere Teams noch stärker. Die Zahlen zeigen deutlich: Wachstum und Verantwortung können Hand in Hand gehen.

Dieses Jahr stand zudem im Zeichen der weiteren Strukturierung. Mit dem Eintritt eines neuen Mitglieds in den Verwaltungsrat haben wir unsere Governance gestärkt, die Digitalisierung unserer administrativen HR-Prozesse weiter vorangetrieben und das Label „Top-Ausbildungsbetrieb“ erhalten. Unsere EarthCheck-Zertifizierungen wurden für die gesamte Gruppe erneuert, und unsere Eventdienstleistungen wurden zusätzlich mit der VenueCheck-Zertifizierung ausgezeichnet. Gleichzeitig haben wir unsere ökologische Steuerung weiter professionalisiert – unter anderem durch die Weiterentwicklung unserer Methodik zur CO₂-Bilanzierung sowie durch die Einführung neuer Tools zum Monitoring des Energieverbrauchs.

Dieser Bericht ist zugleich – und vor allem – der Bericht der Frauen und Männer, die unsere Hotels tagtäglich mit Leben erfüllen. Die Colibri-Botschafterinnen und -Botschafter, die in jeder Abteilung vertreten sind, sind zu den eigentlichen Treibern unseres Wandels geworden. 2025 ehrten wir zudem 63 Mitarbeitende für ihre Loyalität und ihre 5 bis 35 Dienstjahre – ein Ausdruck jener menschlichen Werte, die unsere Gruppe nachhaltig prägen.



Unser Engagement zeigt sich auch in der starken Verbundenheit mit den Regionen, in denen unsere Hotels angesiedelt sind. Im Laufe des Jahres haben wir Partnerschaften mit regionalen Organisationen in den Bereichen Kultur, Inklusion und Förderung von Kinder- und Jugendprojekten aufgebaut und gleichzeitig lokales Know-how sowie Handwerksbetriebe und Produzenten aus der Region gezielt gefördert. Mit diesen Kooperationen möchten wir aktiv zur wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Dynamik dieser Regionen beitragen.

Schließlich gilt unsere Dankbarkeit auch den einzigartigen Naturlandschaften, die unsere Häuser umgeben und prägen: den Ufern des Genfersees, den Höhen von Zermatt und den Gestaden des Neuenburgersees. Ihre Artenvielfalt und ihr natürliches Gleichgewicht zu bewahren, bedeutet auch, das zu schützen, was die Seele unserer Gastfreundschaft ausmacht.

Dies ist erst der Anfang. Die Zukunft der gehobenen Hotellerie ist nachhaltig. Davon sind wir überzeugt – und dafür engagieren wir uns mit Bescheidenheit, Beständigkeit und Entschlossenheit.

John Leglise
CEO Sandoz Foundation Hotels

2025 IN ZAHLEN

DIE WICHTIGSTEN FAKTEN, FORTSCHRITTE UND ZENTRALE LEISTUNGSKENNZAHLEN



DER PLANET

Klimawandel



241 MJ
/Frequentierungseinheit
der Energieintensität



0,8%
Reduzierung
der Energieintensität



41,4%
Erneuerbare
Energien



7,6 KG CO₂E
CO₂-Intensität
/Frequentierungseinheit

Wasser



485 L
Trinkwasser
/Frequentierungseinheit



1,6%
Anstieg
Trinkwasserverbrauch
/Frequentierungseinheit

Abfälle



18%
Anstieg Abfallmenge
/Frequentierungseinheit



69%
Recycelte Abfälle



DIE GEMEINSCHAFTEN

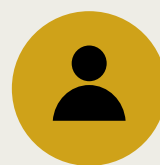
Verantwortungsvolle Beschaffung



1480
Lieferanten



47%
Schweizer Produkte



DIE MENSCHEN

Diversität und Inklusion



63
Nationalitäten unter den
Mitarbeitenden



39%
Führungspositionen
mit Frauen besetzt



Keine signifikante
Lohndiskriminierung



838
Mitarbeitende

Schulung



2731
Schulungsstunden
insgesamt



3,1
Schulungsstunden
pro Mitarbeiter



56%
Mitarbeitende mit
unbefristetem Vertrag
seit > 3 Jahren



31%
Fluktuationsrate
(nur unbefristete Verträge)



GOVERNANCE

Unternehmensethik und -integrität



Veröffentlichung
unseres ersten
ESG-Berichts in 2025



Keine gemeldeten
Korruptionsfälle

ÜBERBLICK

Yann Dupertuis (Bergführer, RIF) bringt unseren Gästen die Region näher.



**Unverkennbar schweizerisch
und geleitet von den Prinzipien Exzellenz,
Respekt, Integrität und Nachhaltigkeit,
verstehen wir bei Sandoz Foundation Hotels
nachhaltige Entwicklung als einen wesentlichen
Treiber für den Wandel der Hotellerie.**

**Mit unserem ESG-Bericht machen
wir diese Vision Jahr für Jahr sichtbar – getragen
von einer transparenten und ethischen
Unternehmensführung für eine verantwortungsvolle
und nachhaltige Spitzenhotellerie.**

ÜBER SANDOZ FOUNDATION HOTELS

Sandoz Foundation Hotels (SFH) ist eine Kollektion einzigartiger Hotels, die zeitlose Eleganz und persönlichen Service mit einer starken regionalen Verankerung verbindet. Die Hotels sind in vier unabhängige juristische Einheiten unterteilt, die sich alle den Werten und Leitprinzipien von Sandoz Foundation Hotels verpflichtet fühlen.

Die Gruppe bildet eine Kompetenzbasis, die jede Einheit in den folgenden Schlüsselbereichen strategisch unterstützt: die Menschen (Personalwesen), die Gemeinschaften (Vertrieb, Marketing, Reservierungen und Einkauf), den Planeten (Nachhaltigkeit) und die Governance (Finanzen, IT und Recht). Auf diese Weise fördert sie Exzellenz und bewahrt gleichzeitig die individuelle Identität jedes einzelnen Hauses.

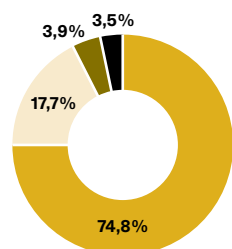
Unsere Wertschöpfungskette spiegelt die Vielfalt und Komplexität unseres Handwerks wider – vom verantwortungsvollen Einkauf über den Hotelbetrieb, die Instandhaltung der Infrastruktur, Vertrieb und Marketing bis hin zu allen Schritten der Gästereise, inklusive Betreuung vor, während und nach dem Aufenthalt.

Weitere Informationen zu unserem Umweltmanagementsystem (UMS) finden Sie im [ESG-Bericht 2024](#).

UNSERE MITARBEITENDEN

 **838**
Mitarbeitende

 **63**
Nationalitäten



Aufschlüsselung nach Vertragsart



UNSERE GÄSTE

 **197 536**
Gäste

 **168**
Herkunftsländer

ÜBER SANDOZ FOUNDATION HOTELS

VISION

Wir setzen uns für den Ausdruck einer *schönen*, verantwortungsvollen und nachhaltigen Hotellerie ein.

Mit Häusern, die alle fest in der Schweiz verankert sind, und einer langen Tradition kontinuierlicher Innovation engagieren wir uns für **einen nachhaltigen Wandel der Hotelbranche.**

Tief humanistisch geprägt und im Dienste eines außergewöhnlichen *Savoir-faire* stellt Sandoz Foundation Hotels alle Stakeholder in den Mittelpunkt seiner Vision: seine Gäste, seine Mitarbeitenden und seine Lieferanten ebenso wie die Umwelt.

MISSION

Unsere Mission ist es, **das ökologische sowie materielle und immaterielle Erbe der Häuser von Sandoz Foundation Hotels zu bewahren**, dank einem gesunden, rentablen und verantwortungsvollen Hotelbetrieb.

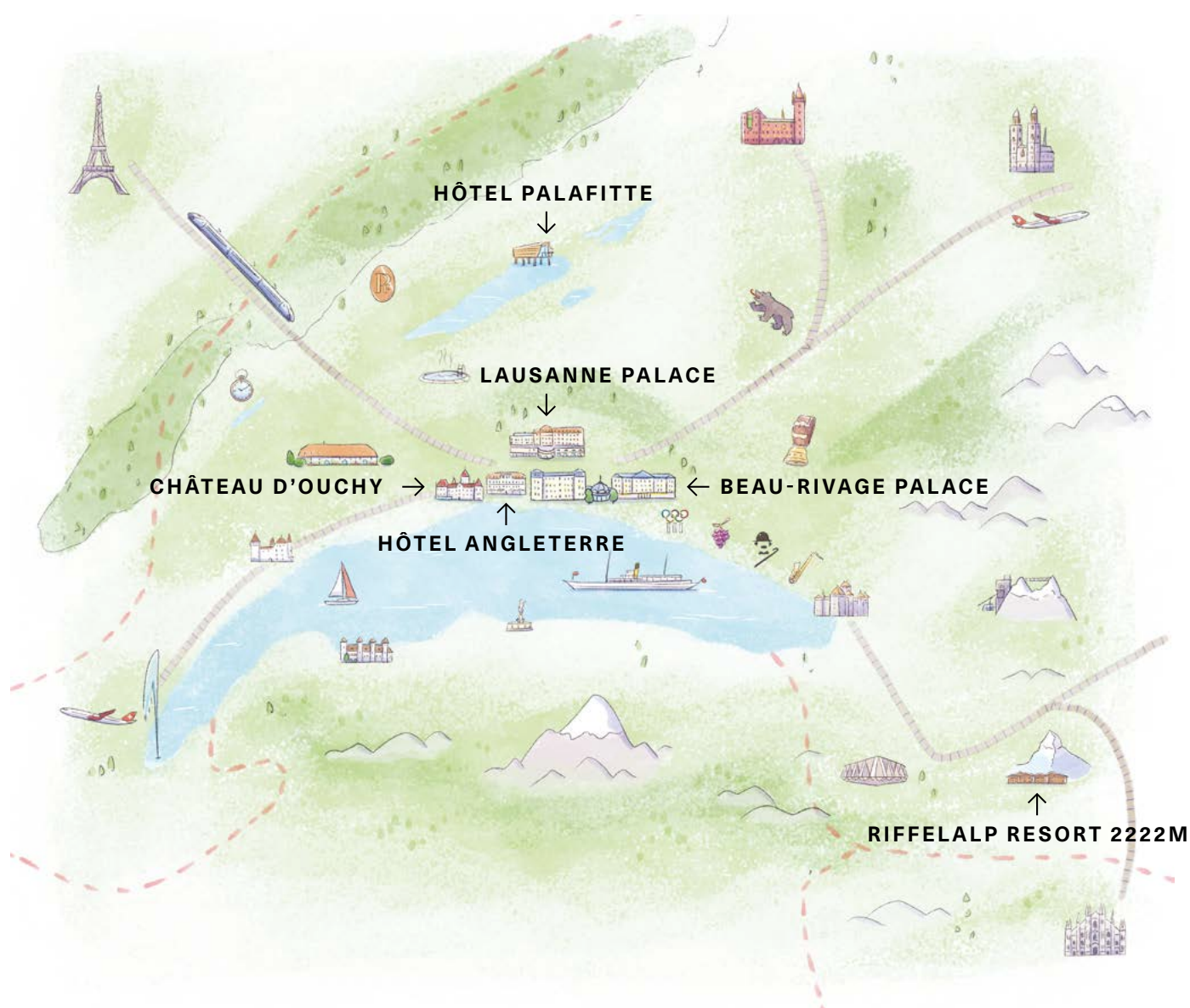
Dies gewährleistet Kontinuität im Einklang mit der Geschichte jedes einzelnen Hotels und seiner lokalen Verankerung.

WERTE

Gestützt auf unsere Geschichte und unsere legendären Häuser stehen Sandoz Foundation Hotels für folgende Werte:

- Der vollkommen beherrschte Ausdruck einer **Schweizer Hotellerie auf höchstem Niveau.**
- Ein umfassendes Engagement für den **nachhaltigen Wandel** unserer Aktivitäten.
- **Die Förderung und Weiterentwicklung unserer Talente** in einem gesunden, erfüllenden und partizipativen Arbeitsumfeld.

UNSERE EINRICHTUNGEN



LAUSANNE

BEAU-RIVAGE PALACE ***** (BRP)

1861

- 168 Zimmer und Suiten
- 12 Veranstaltungsräume
- 2 Bars, 3 Restaurants, 1 Gourmetrestaurant und 1 Personalrestaurant (und 1 Restaurant, das nur im Sommer geöffnet ist)
- 1500 m² Guerlain Spa & Fitness
- 4 Hektar Gartenanlage

Mitglied bei:

- *Leading Hotels of the World* seit 1962
- *Swiss Deluxe Hotels* seit 2005



LAUSANNE PALACE ***** (LPA)

1915

- 140 Zimmer und Suiten
- 15 Veranstaltungsräume
- 2 Bars, 2 Restaurants, 1 Gourmetrestaurant und 1 Personalrestaurant
- 2100 m² Spa & Fitness
- Ein Catering-Service

Mitglied bei:

- *Leading Hotels of the World* seit 1971
- *Swiss Deluxe Hotels* seit 2005



HÔTEL ANGLETERRE **** (ANG)

1775

- 75 Zimmer und Junior-Suiten
- 5 Veranstaltungsräume
- 1 Restaurant
- Ein Fitnesscenter und ein Außenpool
- Im Januar und Ende Dezember 2025 geschlossen sowie ab Oktober 2025 wegen Renovierungsarbeiten teilweise geschlossen

Mitglied bei:

- *Preferred Hotels & Resorts* seit 2006



CHÂTEAU D'OUCHY **** (CHO)

1893

- 49 Zimmer und Suiten
- 2 Veranstaltungsräume
- 1 Restaurant und 1 Bar
- Wellnessbereich „Le Boudoir“ mit Außenpool

Mitglied bei:

- *Small Luxury Hotels of the World* seit 2013



NEUCHÂTEL

HÔTEL PALAFITTE ***** (PAL)

2002

- 38 Einzelpavillons auf Stelzen
- 2 Veranstaltungsräume
- 1 Restaurant, 1 Innenbar und 1 Außenbar (nur im Sommer geöffnet)
- Anfang Januar und Ende Dezember 2025 geschlossen

Mitglied bei:

- *Preferred Hotels & Resorts* seit 2014



ZERMATT

RIFFELALP RESORT 2222M ***** (RIF)

1878

- 70 Zimmer und Junior-Suiten
- 1 Bar, 2 Restaurants, 1 Personalrestaurant (und 1 Restaurant nur im Winter)
- 1200 m² Spa
- Saisonales Hotel, geöffnet von Dezember bis April und von Juni bis September

Mitglied bei:

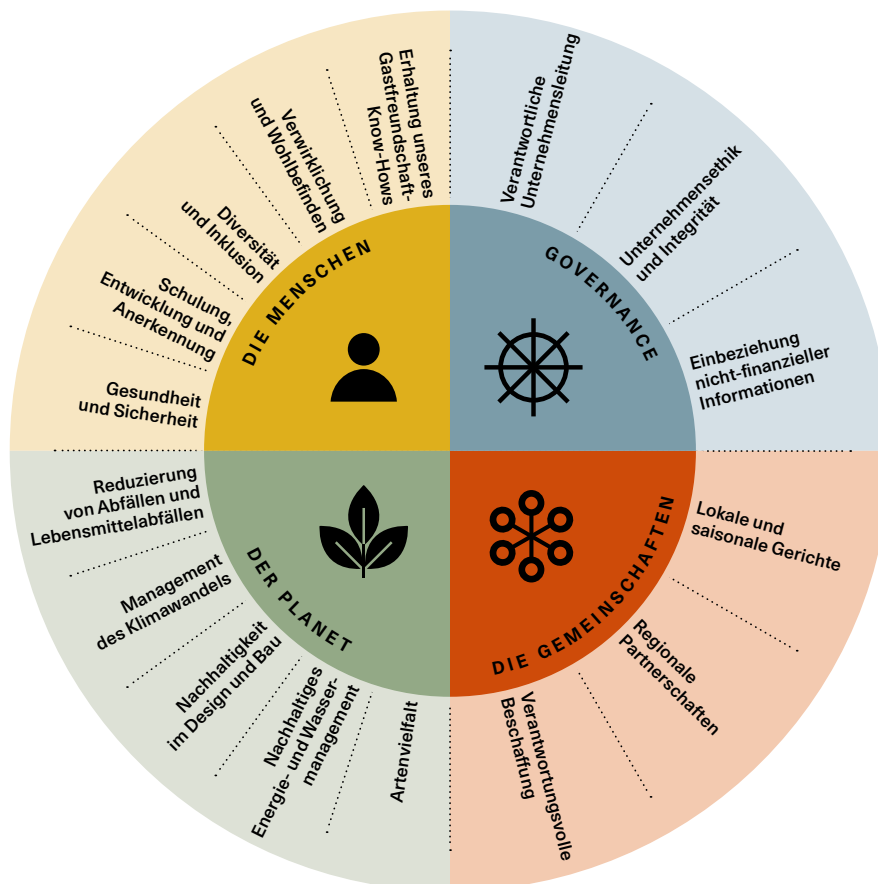
- *Leading Hotels of the World* seit 2000
- *Swiss Deluxe Hotels* seit 2017



STRATEGISCHER ESG-RAHMEN

Unser integrierter und motivierender ESG-Ansatz stellt nachhaltige Entwicklung in den Mittelpunkt unseres Geschäftsmodells. Die Strategie unserer Gruppe basiert dabei auf vier Grundpfeilern für ein nachhaltiges Gleichgewicht, welche die Identität, die Arbeitsweise und die Vision unseres Unternehmens ausmachen: die Menschen, die Governance, die Gemeinschaften und der Planet.

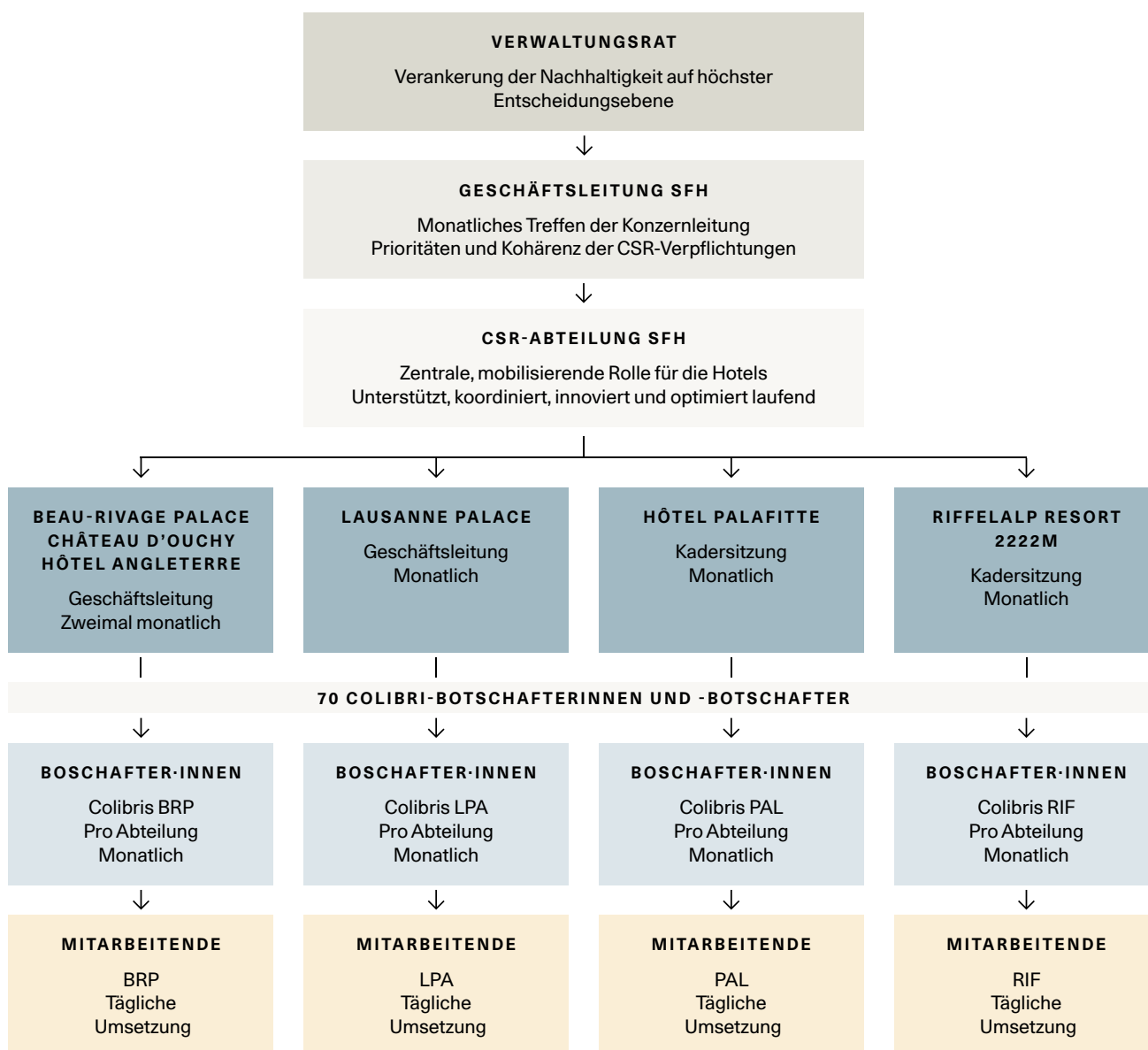
Eine Wesentlichkeitsanalyse (siehe Anhang A.2) ermöglichte es uns, die für unsere Tätigkeit wesentlichen Themen zu identifizieren. Diese bilden das ESG-Rad – ein Instrument, das als gemeinsamer Kompass für alle Stakeholder dient (Mitarbeitende, zukünftige Mitarbeitende, Partner sowie Gäste). Dieses Rad verkörpert die Identität, die Arbeitsweise und die nachhaltige Vision der Sandoz Foundation Hotels.



NACHHALTIGKEITS- GOVERNANCE

Bei Sandoz Foundation Hotels wird Nachhaltigkeit gemeinschaftlich gesteuert – durch ein Governance-Modell, das die Stärke der Gruppe mit der Einzigartigkeit jedes einzelnen Hauses verbindet.

ESG-ORGANISATIONSSTRUKTUR





Das Team der CSR-Abteilung:
Jennifer Roux, Pascal Lorquin, John Leglise und Elisabeth de Pins.



BERICHTSRAHMEN UND -UMFANG

Wir verpflichten uns, jährlich einen ESG-Bericht zu veröffentlichen, um Fortschritte transparent offenzulegen, Herausforderungen anzugehen und den aktiven Dialog mit den Stakeholdern zu pflegen.

Dieser Nachhaltigkeitsbericht ist der zweite, den wir veröffentlichen. Er basiert auf der im Anhang A.2 verfügbaren Wesentlichkeitsanalyse. Er wurde auf freiwilliger Basis unter Bezugnahme auf die **Standards der Global Reporting Initiative (GRI)** erstellt.

Er stellt für jedes wesentliche Thema Folgendes dar:

- **die Bedeutung** des Themas;
- **den methodischen Managementansatz**;
- die im Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2025 **erzielten Fortschritte**;
- **die Perspektiven** und geplanten Maßnahmen für 2026 und darüber hinaus.

Der Berichtsumfang umfasst alle oben genannten Häuser und Aktivitäten von Sandoz Foundation Hotels, sofern in den jeweiligen Themenbereichen nichts anderes angegeben ist.

Die GRI-Standards bieten einen konsistenten und international anerkannten Rahmen, um die Nachhaltigkeitsleistung transparent zu messen und zu kommunizieren. Dies stärkt die Verantwortlichkeit und ermöglicht es den Stakeholdern, die ökologische, soziale und Governance-Performance nachvollziehbar zu bewerten und zu vergleichen. Ein **GRI-Inhaltsindex** ist im Anhang A.5 beigefügt.

Einige Themen wurden zur besseren Übersichtlichkeit zusammengefasst – etwa Klimawandel, Energie und Wasser –, da diese in ihren betrieblichen Auswirkungen eng miteinander verknüpft sind. Da es derzeit keine branchenspezifischen GRI-Standards für die Hotellerie gibt, werden abweichende Indikatoren direkt im jeweiligen Themenbereich erläutert.

Die Themen wurden zudem mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs) der Vereinten Nationen abgeglichen, um die Leistung im Hinblick auf die Agenda 2030 nachvollziehbar darzustellen. Eine Tabelle mit den Zusammenhängen zwischen unseren Zielen und den SDGs ist in Anhang A.3 zu finden.

Im Kapitel „Der Planet“ setzen wir unsere Umweltleistung in Bezug zur Frequentierung unserer Häuser, um die Intensität unserer Auswirkungen zu messen. Die Anzahl der Frequentierungseinheiten wird gemäß der Methodik unseres Zertifizierungspartners EarthCheck berechnet:

Frequentierungseinheit = Übernachtungen der beherbergten Gäste + Übernachtungen des vor Ort wohnhaften Personals + (Tagesbesucher bei unseren Veranstaltungen und im Spa ÷ 3) + (Gedecke nicht residierender Gäste in den Restaurants ÷ 4).

Diese Methode ermöglicht es, sämtliche mit der Tätigkeit unserer Häuser verbundenen Nutzungen zu erfassen. Die Energieintensität beispielsweise entspricht dem Gesamtenergieverbrauch (Strom und Heizung), bezogen auf diese Frequentierungseinheit.

DER PLANET



Dawit Kidane (Technik, LPA)





Wir setzen uns dafür ein, den Planeten für kommende Generationen zu bewahren – durch einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen, die Reduktion unseres Energie- und Wasserverbrauchs sowie eine kontinuierliche Verbesserung unseres Abfallmanagements.

Dies setzt ein starkes Engagement für effiziente Betriebsabläufe, verantwortungsvolle Beschaffung und Kreislaufwirtschaft voraus. Gemeinsam mit fachkundigen Partnern identifizieren und implementieren wir innovative Lösungen, um den ökologischen Herausforderungen wirksam zu begegnen.



KLIMAWANDEL, ENERGIE UND WASSER

Der Klimawandel, extreme Wetterereignisse sowie die Verschärfung umweltrechtlicher Vorgaben führen zu zunehmenden Risiken im Bereich Energie und Wasser: steigende Kosten, eine höhere Anfälligkeit der Versorgung sowie Reputationsrisiken.

Die Verbesserung der Energieeffizienz und ein verantwortungsvoller Umgang mit Wasserressourcen sind daher zu einer zentralen Priorität geworden, nicht nur um den Verpflichtungen des Pariser Klimaabkommens und der Schweizer Gesetzgebung gerecht zu werden, sondern vor allem auch, um die Natur langfristig zu bewahren.

ANSATZ

Unser Ansatz zur Bekämpfung des **Klimawandels** verbindet:

- Energieeffizienz und Verbrauchsreduzierung
- erneuerbare Energien
- sorgfältige Verbrauchsüberwachung durch intelligente Managementsysteme.

Die Steuerung über Intensitätskennzahlen (Energie, Emissionen und Wasserverbrauch pro Frequentierungseinheit) ermöglicht, die Leistungen unter Berücksichtigung der Auslastung zu bewerten und Entwicklungen gezielt zu erkennen.

Wir erfassen den Verbrauch von Trink- und Nichttrinkwasser. Gleichzeitig sensibilisieren wir unsere Mitarbeitenden und Gäste für einen **verantwortungsvolleren Umgang mit Wasserressourcen**.

Die kreislaforientierte Wasserbewirtschaftung in der Schweiz stützt sich auf fortschrittliche Technologien, welche die Belastung des Abwassers vor dessen Einleitung reduzieren und dadurch aquatische Ökosysteme schützen.

LANGFRISTIGE ZIELE

Unser langfristiges Ziel ist es, bis 2050 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Gemäß dem Greenhouse Gas Protocol werden diese Emissionen in drei Kategorien eingeteilt:

Scope 1 – direkte Emissionen aus unseren eigenen Geschäftstätigkeiten, wie dem Betrieb von Heizkesseln oder der Nutzung von firmeneigenen Fahrzeugen.

Scope 2 – indirekte Emissionen, die außerhalb unserer Standorte entstehen, aber von unseren Einrichtungen genutzt werden (z. B. Strom).

Scope 3 – alle anderen indirekten Emissionen, die aus unserer Wertschöpfungskette stammen, wie beispielsweise Einkäufe, Reisen (Mitarbeitende, Lieferanten und Gäste) oder Abfälle.

ENERGIE

FORTSCHRITTE

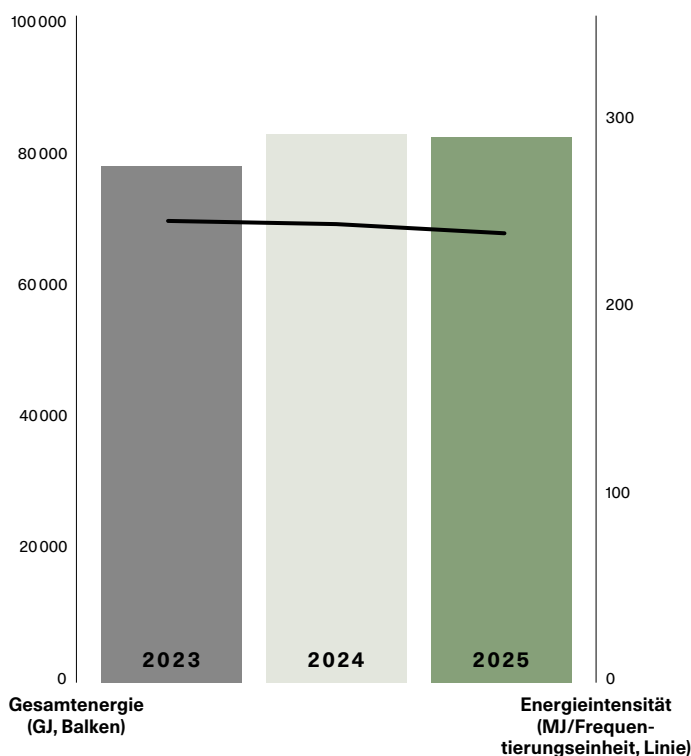
Trotz des Anstiegs des Geschäftsvolumens im Jahr 2025 sank die Energieintensität pro Frequentierungseinheit weiter, und zwar von 315 MJ im Jahr 2022 auf 243 MJ im Jahr 2024 und anschließend auf 241 MJ im Jahr 2025, was einer kumulierten Reduzierung von 23,5% gegenüber dem Referenzjahr 2022 und einem Rückgang um 0,8% gegenüber 2024 entspricht. Diese Ergebnisse spiegeln eine schrittweise Verbesserung der betrieblichen Effizienz wider. Zur Erinnerung: Die Energieintensität entspricht dem Gesamtenergieverbrauch (Strom und Heizung) im Verhältnis zur Anzahl der Frequentierungseinheiten.

GESAMTVERBRAUCH	ENERGIEINTENSITÄT	FREQUENTIERUNG
82 991 GJ ↑ Anstieg seit 2024 ↓ Rückgang seit 2022	241 MJ / Frequentierungseinheit ↓ kontinuierliche Verbesserung	+ 7,5% ↑ gegenüber 2024

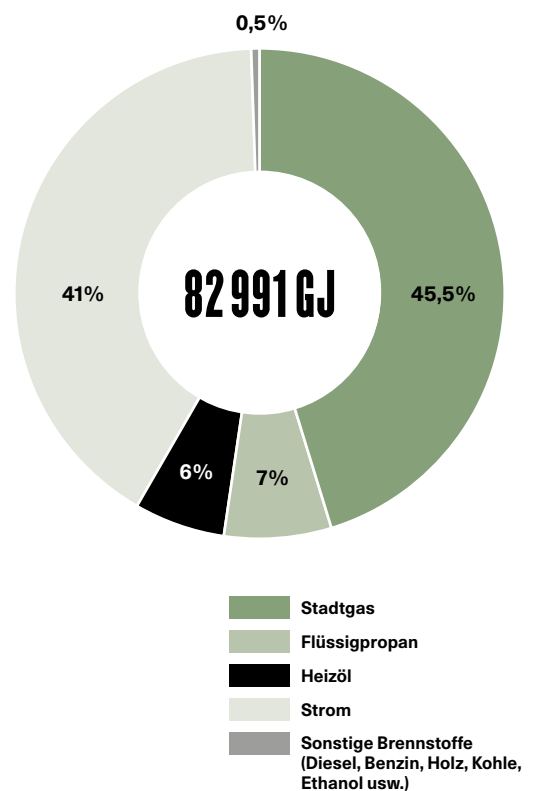
FOKUS AUF DIE MASSNAHMEN 2025

- Der bezogene Strom stammt zu 100% aus erneuerbaren Quellen.
- Was die Heizung betrifft, so führte die Wiederinbetriebnahme des Hauptsystems des Château d'Ouchy (nachdem eine technische Störung im Jahr 2024 den vorübergehenden Rückgriff auf Heizöl erforderlich gemacht hatte) zu einem Anstieg des Stadtgasverbrauchs im Jahr 2025 (+11,4%). Trotzdem ist die Gasverbrauchsintensität pro Frequentierungseinheit leicht gesunken (-2,0%).
- Das Jahr 2025 stellte mit der Einführung neuer Energiezähler einen wichtigen Meilenstein dar. Diese ermöglichen eine bessere Unterscheidung des Verbrauchs der verschiedenen Standorte und stärken das technische Management sowie die Bemühungen um Energieeffizienz. Die beobachteten Verbesserungen resultieren hauptsächlich aus Maßnahmen zur betrieblichen Optimierung, wie der Anpassung der Regelparameter und einer verstärkten Verbrauchsüberwachung.

GESAMTENERGIE & ENERGIEINTENSITÄT



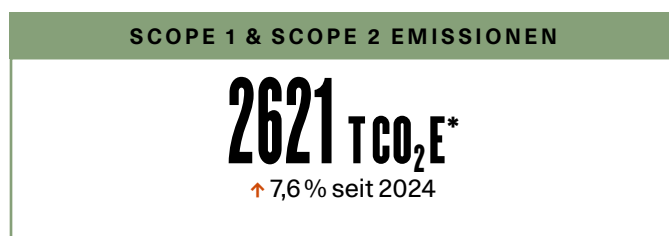
GESAMTENERGIEVERBRAUCH



EMISSIONEN

FORTSCHRITTE

Die Scope 1- und Scope 2-Emissionen unserer Hotels belaufen sich im Jahr 2025 auf 2621 tCO₂e, was einem Anstieg von 7,6% gegenüber 2024 entspricht. Die auf die Hoteltätigkeit bezogene CO₂-Intensität bleibt jedoch mit 7,6 kgCO₂e pro Frequentierungseinheit stabil, was zeigt, dass der Energieverbrauch trotz des Geschäftswachstums gut unter Kontrolle ist.



Diese Entwicklung lässt sich zum Teil durch eine **Verbesserung unserer Methodik zur CO₂-Bilanzierung** erklären.

Scope 1

Das Reporting umfasst neu auch die **Erfassung biogener Emissionen**, geringe Mengen an CH₄- und N₂O-Emissionen, die in CO₂-Äquivalente umgerechnet werden und in den Vorjahren nicht berücksichtigt wurden.

Scope 2

Im Jahr 2025 haben wir unseren Stromanbieter gewechselt, da unser bisheriger kommunaler Anbieter für Kunden im freien Markt keine ausschließlich aus Schweizer Wasserkraft stammende Stromversorgung mehr garantieren konnte. Dieser Wechsel ermöglichte die Anwendung eines dokumentierten und präziseren Emissionsfaktors. Während die zuvor von EarthCheck verwendete Methodik die Emissionen aus erneuerbarem Strom als null betrachtete, erlaubt der neue Ansatz eine **realitätsnähere Abbildung der tatsächlichen Auswirkungen**. Dank der ausschließlichen Nutzung erneuerbarer Elektrizität bleiben die Scope-2-Emissionen jedoch weiterhin sehr gering.

Dieser Anstieg ist daher hauptsächlich auf eine verbesserte Datengenauigkeit zurückzuführen und nicht auf eine Verschlechterung der Energieperformance. Im Gegenteil: Die Stromverbrauchsintensität pro Frequentierungseinheit ist gegenüber 2024 um rund 4% gesunken. Zudem konnten dank der Reduktion des Heizölverbrauchs sowie des rückläufigen Verbrauchs von Elektrizität und Stadtgas stabile CO₂-Intensitätswerte aufrechterhalten werden – trotz der methodischen Anpassungen bei der Datenerhebung.

* Um die Übereinstimmung mit den geprüften und auf unserer EarthCheck-Plattform erfassten Daten sicherzustellen, sind in dieser Zahl weder die diffusen Emissionen aus Kältemitteln noch jene aus komprimiertem CO₂ enthalten. Diese Emissionen werden für 2025 auf 500 t CO₂e geschätzt.

Die biogenen Scope-1-Emissionen wurden für das Jahr 2025 auf 14 tCO₂e geschätzt: Sie stammen hauptsächlich aus der Verbrennung von Holz – insbesondere Holzkohle und Bioethanol –, die im Rahmen des Hotelbetriebs, namentlich in den Restaurants, verwendet werden. Gemäß dem GHG Protocol werden diese Emissionen getrennt von fossilen Emissionen ausgewiesen und daher nicht in die Gesamtemissionen von Scope 1 einbezogen.

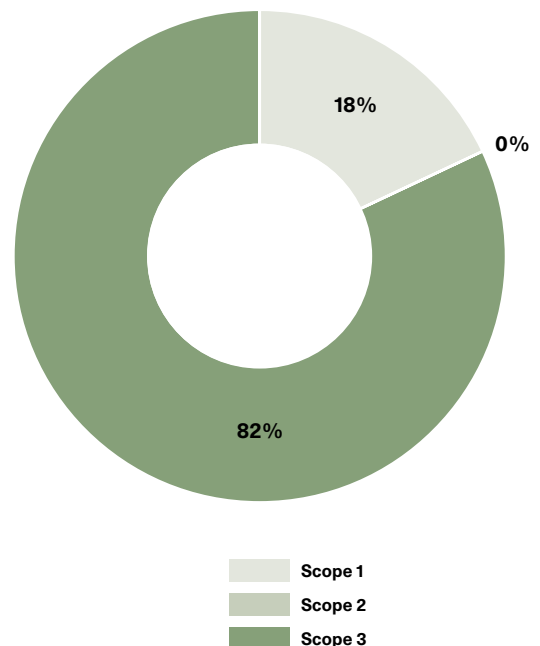
Der ESG-Bericht 2025 umfasst erstmals die Integration biogener Emissionen in unser Carbon Reporting. Der Berichtsrahmen deckt die wichtigsten identifizierten biogenen Emissionsquellen ab, die als wesentlich und messbar eingestuft wurden. Andere potenzielle indirekte biogene Emissionen entlang der Wertschöpfungskette oder im Zusammenhang mit biobasierten Materialien werden derzeit als begrenzt betrachtet und daher zum jetzigen Zeitpunkt nicht separat ausgewiesen.

Schließlich wurde im Jahr 2025 die schrittweise Internalisierung des Emissionsmanagements eingeleitet, einschließlich der flüchtigen Emissionen (Scope 1) sowie der Scope-3-Emissionen, um die Qualität, Genauigkeit und Nachverfolgbarkeit unserer CO₂-Daten weiter zu stärken. Die detaillierte Methodik zur Berechnung der Emissionen ist im Anhang A.4 dargestellt. Die Berechnungen wurden intern mithilfe des Carbon-Accounting-Tools der EarthCheck-Plattform durchgeführt.

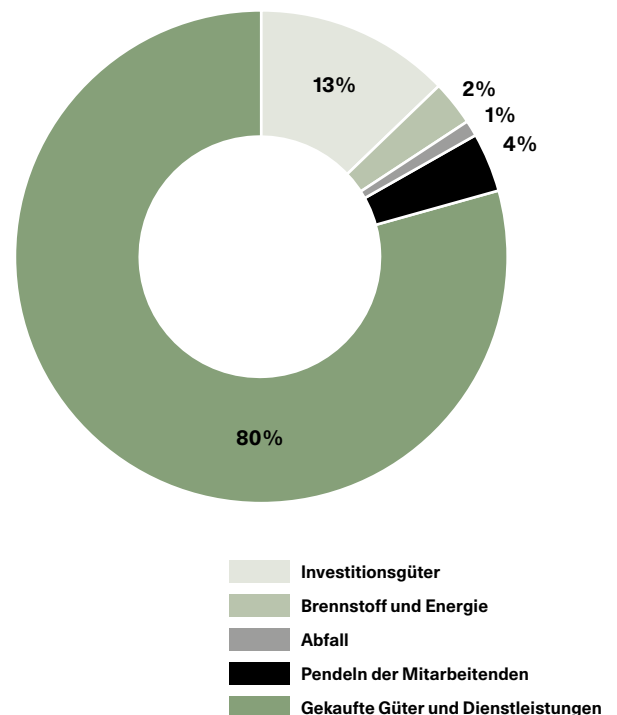
WUSTEN SIE DAS?

Biogene Emissionen entsprechen CO₂-Emissionen aus erneuerbaren natürlichen Materialien wie Holz, Holzkohle oder Bioethanol, die in bestimmten Bereichen der Hotellerie und Gastronomie verwendet werden. Sie werden getrennt von fossilen Emissionen ausgewiesen, da das freigesetzte CO₂ Teil des natürlichen Kohlenstoffkreislaufs ist – im Gegensatz zu fossilen Brennstoffen, die zusätzliches, „neues“ CO₂ in die Atmosphäre abgeben.

SFH GESAMTEMISSIONEN



SCOPE 3-EMISSIONEN



FOKUS auf die Initiativen 2025



Bruno Imboden, Gründer von STIMBO, und sein Sohn.



Miguel Alexandre Vilas Boas Marques (Conciergerie, RIF) am Steuer der historischen Bergbahn während der Sommersaison.

RIFFELALP RESORT: ELEKTROMOBILITÄT

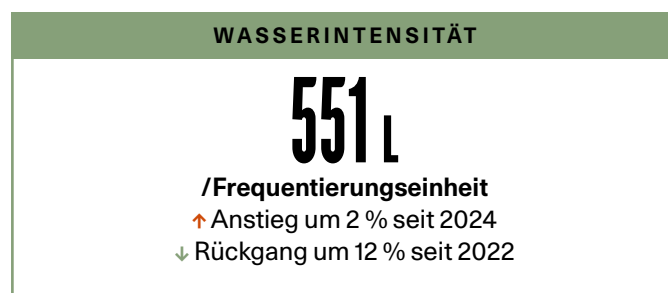
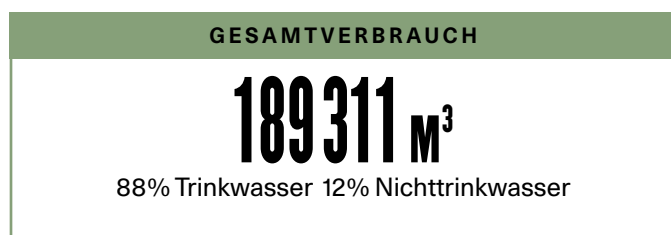
Im Riffelalp Resort 2222 m ist Elektromobilität seit über 20 Jahren fester Bestandteil des Gästelerlebnisses und des täglichen Betriebs. In Partnerschaft mit dem Walliser Unternehmen STIMBO Elektrofahrzeuge hat das Hotel seine historische Bergbahn auf 2222 Metern Höhe wieder in Betrieb genommen – ein europäischer Rekord. Ursprünglich über Oberleitungen betrieben, wurde das System nun mit Batterietechnologie modernisiert, was sowohl die Sicherheit als auch die landschaftliche Integration des Standorts verbessert.

Diese Partnerschaft hat zudem die Entwicklung von Mobilitätslösungen ermöglicht, die speziell auf die extremen Bedingungen des Hochgebirges zugeschnitten sind. Da herkömmliche Elektroschneemobile auf dieser Höhe nicht zuverlässig funktionieren, hat STIMBO Elektrofahrzeuge spezifische Lithiumbatterien für den alpinen Einsatz entwickelt. Diese Innovation trägt zur Reduktion von Lärmbelastung und lokalen Emissionen bei und bewahrt gleichzeitig den Komfort der Gäste sowie die Qualität der natürlichen Umgebung des Resorts.

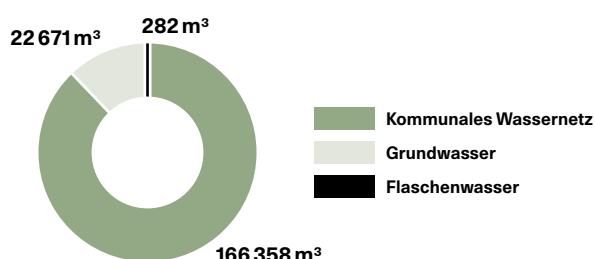
WASSER

FORTSCHRITTE

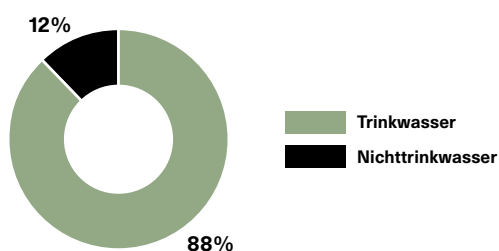
Trotz des höheren Aktivitätsniveaus liegt die Wasserintensität pro Frequentierungseinheit weiterhin 12% unter dem Referenzwert von 2022 (551 Liter gegenüber rund 624 Litern pro Frequentierungseinheit), was die Wirksamkeit der umgesetzten Maßnahmen belegt. Der Gesamtwasserverbrauch ist 2025 dennoch um 10% gestiegen, was einem Anstieg von 2% pro Frequentierungseinheit entspricht. Diese Entwicklung ist sowohl auf die höhere Auslastung als auch auf eine Datenkorrektur infolge der Installation zuvor fehlender Wasserzähler zurückzuführen.



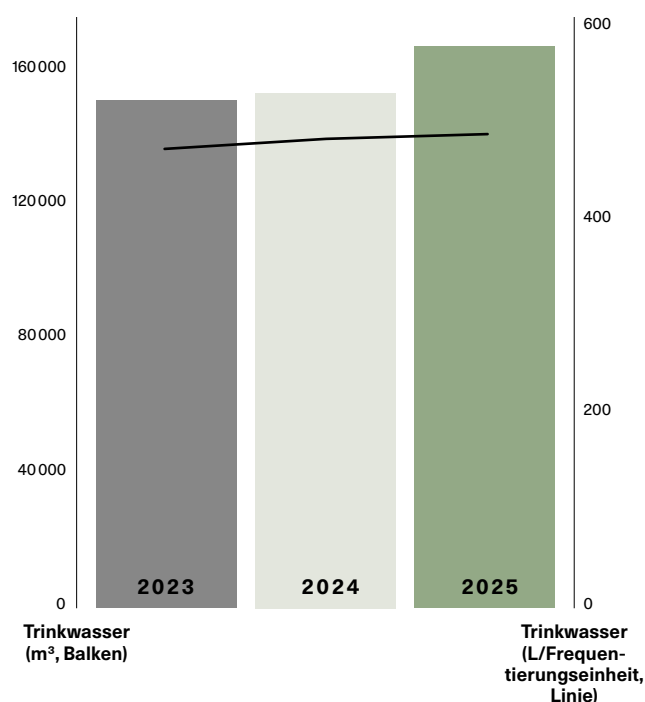
WASSERVERSORGUNGSGUellen



Aufteilung Trinkwasser / Nichttrinkwasser



Trinkwasserverbrauch



PERSPEKTIVEN 2026

- **Weiterführung der Optimierung des Dekarbonisierungsplans auf Grundlage eines externen Audits sowie Erneuerung der Vereinbarung mit der Schweizerischen Eidgenossenschaft.**
- **Stärkung der internen CO₂-Bilanzierung: kontinuierliche Verbesserung der Berechnung unseres CO₂-Fußabdrucks, Ausbau des Scope-3-Monitorings und Auswahl eines Tools, das den künftigen regulatorischen Anforderungen entspricht.**
- **Nutzung der neuen Energiezähler zur präziseren Steuerung des Verbrauchs und zur weiteren Stärkung der Energieeffizienzmaßnahmen an unseren Standorten.**
- **Abschluss der Umsetzung unseres Pendlermobilitätsplans, einschließlich der Digitalisierung des Monitorings und der Messung der entsprechenden Leistungskennzahlen.**
- **Veröffentlichung der Charta für nachhaltige Mobilität von Sandoz Foundation Hotels auf unseren Websites, um die Transparenz gegenüber unseren Stakeholdern weiter zu stärken.**
- **Installation von Durchflussbegrenzern in den Zimmern und öffentlichen Bereichen der Mehrheit unserer Hotels, was unseren Wasserverbrauch deutlich reduzieren sollte. Die Wirksamkeit dieser Maßnahme können wir anhand der Zahlen für 2026 beurteilen.**



ABFALLREDUZIERUNG

Das hohe Niveau an Dienstleistungen und Lebensmittelproduktion in der Hotellerie kann erhebliche Abfallmengen verursachen und so zur Erschöpfung von Ressourcen, zur Umweltverschmutzung und zum Klimawandel beitragen. In der Schweiz werden nicht recycelbare Abfälle zur Wärme- und Stromerzeugung genutzt; gleichzeitig strebt das Land an, seine Maßnahmen zur Kreislaufwirtschaft bis 2030 zu verdoppeln.

Die Abfallbewirtschaftung hat auch Auswirkungen auf die Arbeitsbedingungen, insbesondere an abgelegenen Standorten. Es ist daher unerlässlich, Strategien zu entwickeln, um die Ressourceneffizienz zu verbessern, die Umweltauswirkungen zu minimieren und den steigenden Erwartungen von Gästen, Mitarbeitern und Behörden zu entsprechen.

ANSATZ

Die Prinzipien „Reduzieren, Wiederverwenden und Recyceln“ werden auf alle Abfallströme im Hotelbetrieb angewendet. Unsere Strategie stützt sich auf Partnerschaften mit Lieferanten und Entsorgungsdienstleistern, um Verpackungen zu reduzieren und Sortier- und Verarbeitungspraktiken zu optimieren. **Jedes Hotel verfügt über ein eigenes Abfallmanagementverfahren mit Reduktionszielen, die monatlich überwacht werden.**

Zur Unterstützung dieses gemeinschaftlichen Engagements bietet die Gruppe Schulungen an, die im Einklang mit der Schweizer Gesetzgebung stehen. Darüber hinaus wurden in jedem Hotel Recycling- und Sortierbereiche eingerichtet, um eine gute Bewirtschaftung der Stoffströme zu gewährleisten. **Diese mit klarer Beschilderung ausgestatteten Bereiche bieten heute mehr als 12 unterschiedliche Kategorien verwerteter Abfälle**, wie zum Beispiel Küchenabfälle, die vollständig zu Biogas und Dünger verarbeitet werden und damit die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft unterstützen.

Gefährliche Abfälle werden gemäß den Normen entsorgt. Dazu zählen insbesondere Behälter von Reinigungsprodukten, Aerosole, Reinigungsabfälle, Speiseöle und -fette, Chemikalien für Pools und Spas, Kosmetika, Lösungsmittel, Klebstoffe, Pestizide, Batterien, Neonröhren, Leuchtmittel, Motoröle, Schmierstoffe und elektronische Geräte.

Aus logistischen Gründen werden nur bestimmte Abfallströme quantifiziert. **Andere Ressourcen werden recycelt, aber nicht erfasst**, wie zum Beispiel:

- Bauabfälle, Geräte, Kupfer, elektronisches Material und Matratzen;
- Flaschen, Bier- oder Sodafässer, Kisten und andere Behälter, die einem Pfandsystem bei unseren Lieferanten unterliegen und daher nicht als Abfall verbucht werden.

FORTSCHRITTE

Trotz eines Anstiegs der Mengen aufgrund der zunehmenden Geschäftstätigkeit steigt die **Verwertungsquote** auf 69%, und die **Abfallintensität** bleibt 2025 mit 11,26 Litern nahe am Wert von 2024 (9,52 Liter), was die Wirksamkeit der umgesetzten Maßnahmen widerspiegelt. Nicht verwertete Abfälle werden der **Verbrennung** zugeführt (1062,36 m³), wobei nur **ein begrenzter Anteil der Reststoffe deponiert wird** (129,88 m³). Eine verbesserte Datenerfassung ermöglichte eine klarere Unterscheidung zwischen diesen Entsorgungswegen.

GESAMTPRODUKTION

3871 m³

↑ Anstieg um 27 % seit 2024

VERWERTETE ABFÄLLE

2679 m³

entspricht 69 % der Gesamtmenge

NICHTVERWERTETE ABFÄLLE

1192 m³

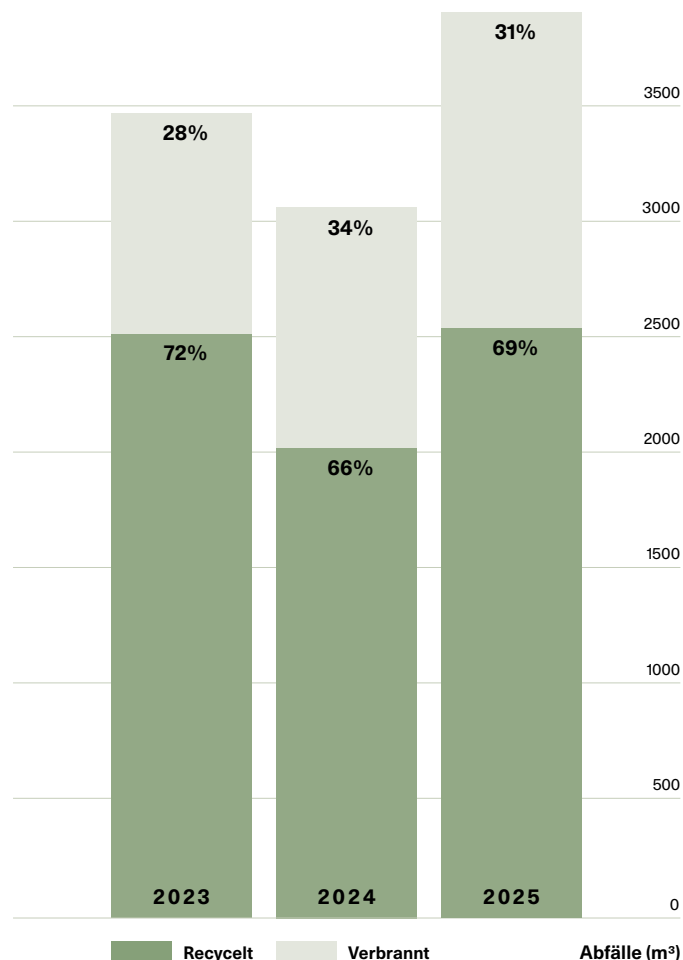
ABFALLINTENSITÄT

11,26 l

/Frequenzierungseinheit

↑ Anstieg um 18% seit 2024

ABFALLMENGEN



FOKUS AUF DIE MASSNAHMEN 2025

- Automatisierung der Datenerfassung
- Optimierung der hotelübergreifenden Abfallströme wie Porzellan, feste Seifen, Textilien und elektronische Geräte
- Neugestaltung des Abfallbereichs am Beau-Rivage Palace und am Hôtel Palafitte
- Reduktion des Papierverbrauchs durch die Digitalisierung bestimmter Prozesse
- Einführung fester Reinigungsmittel für die Spülküchen

MONITORING DER 3 IM ESG-BERICHT 2024 DEFINIERTEN SCHLÜSSELZIELE

Infolge eines Dienstleisterwechsels im Jahr 2025 konnten wir die Qualität und Granularität der Erhebung von Abfalldaten deutlich verbessern.

Die Daten sind daher nicht direkt mit denen von 2024 vergleichbar, was eine präzise Bewertung der Zielerreichung nicht erlaubt.

Auch wenn zahlreiche operative Initiativen umgesetzt wurden, spiegeln sich diese aufgrund dieses Übergangs nicht vollständig in den aktuellen Daten wider.

Diese Entwicklung hat dennoch dazu beigetragen, die Zuverlässigkeit unserer Daten und unser internes Monitoring zu stärken.

Die langfristige Zusammenarbeit mit demselben Dienstleister wird es uns ermöglichen, 2026 eine konsistente Referenzbasis zu schaffen und unsere Leistung über die Zeit robuster zu überwachen.

FOKUS auf die Initiativen 2025



Luigi Lafranco (Küche, RIF)

RIFFELALP RESORT LIEBT DAS HAUSGEMACHTE

Im Riffelalp Resort 2222 m ermöglicht ein Ansatz, der auf die Optimierung der Logistikflüsse und hausgemachte Zubereitungen setzt, die Reduktion von Abfällen sowie der mit der Hochgebirgslogistik verbundenen CO₂-Auswirkungen. Im Jahr 2025 startete der Küchenchef insbesondere ein Projekt für hausgemachte Tomatensaucen, die aus Tomaten hergestellt werden, die zu Beginn der Saison in großen Mengen eingekauft wurden. Diese Gläser mit Tomatensauce wurden den Gästen als Geschenke zum Jahresende überreicht.

Nach dem gleichen Prinzip werden die Beilagen zum Raclette in großen Behältern bestellt, um Verpackungsmüll zu vermeiden, während die *Toblerone*, die an der Bar zum Kaffee serviert wurde, durch eine hausgemachte Leckerei ersetzt wurde. Diese Initiativen tragen dazu bei, Verpackungsmüll, wiederholte Lieferungen und Transporte auf 2222 Metern Höhe zu reduzieren.



Mamadou Diallo (Küche, CHO)

CHÂTEAU D'OUCHY & BEAU-RIVAGE PALACE: EINE INNOVATION, DIE LEISTUNG UND NACHHALTIGKEIT VEREINT

Die Investition in eine Maschine zur Filtration von Frittieröl in den Restaurants des Pôle d'Ouchy im Jahr 2025 ermöglichte eine deutliche Reduzierung des Ölverbrauchs, der damit verbundenen Kosten und der Umweltbelastung: 1500 Liter Rapsöl wurden eingespart, was einer Gesamteinsparung von rund CHF 5900 entspricht.

Eine Initiative, die zeigt, dass nachhaltige betriebliche Lösungen gleichzeitig ökologische, kostengünstige und operationelle Vorteile generieren können.

FOKUS auf die Initiativen 2025

EIN ZWEITES LEBEN FÜR DIE UNIFORMEN DES LAUSANNE PALACE

Im Lausanne Palace setzt das Housekeeping-Team alles daran, Ressourcen ein zweites Leben zu schenken, indem Gegenstände – wann immer sie noch genutzt werden können – konsequent gespendet statt entsorgt werden.

Im Jahr 2025 führte diese Initiative zu zahlreichen Aktionen, darunter die Spende von mehr als 500 Teilen alter Arbeitsuniformen (Hemden, Jacken, Hosen, Schürzen und Röcke), die im Laufe der Jahre gesammelt wurden. Diese werden 2026 dank der Arbeit der Genossenschaft Démarche wiederverwertet.

Darüber hinaus wurden verschiedene Ausstattungsgegenstände gespendet, um lokale Initiativen sowie Ausbildungsbedürfnisse zu unterstützen.

Diese Maßnahmen veranschaulichen einen im Arbeitsalltag der Teams verankerten Ansatz, der darauf abzielt, Möglichkeiten zur Wiederverwendung im Dienst der Gemeinschaft zu identifizieren und gleichzeitig Verschwendung zu reduzieren.

PERSPEKTIVEN 2026

- **Audit unserer verbrannten Abfälle, um Verbesserungspotenziale zu identifizieren und zusätzliche Stoffströme zu bestimmen, die an unseren Standorten integriert werden können.**
- **Kontinuierliche Verstärkung unseres Datenmonitorings.**
- **Integration des Abfallmanagements bereits vorgelagert im Beschaffungsprozess durch eine aktive Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten: Reduktion von Verpackungen, Substitution von Materialien usw.**
- **Obligatorische Online-Schulung zur Abfallbewirtschaftung und -verwertung.**
- **Aktive Suche nach einer Recyclinglösung für die Hausschuhe, die unseren Gästen in den Zimmern und Spas zur Verfügung gestellt werden.**
- **Recherche und Tests von Innovationen zur Reduktion von Lebensmittelverlusten.**
- **Abschluss der Digitalisierung der Check-in- und Check-out-Prozesse zur Verringerung des Papierverbrauchs.**



ARTENVIELFALT

Die Artenvielfalt, die für die Ökosysteme, von denen unsere Aktivitäten abhängen, unverzichtbar ist, wird heute durch den Klimawandel, die Versiegelung von Böden, Umweltverschmutzung und invasive Arten bedroht.

Hotels können aktiv zu ihrem Erhalt beitragen: durch eine naturnahe Gestaltung der Außenanlagen, bewusste Lebensmittelentscheidungen, ein verantwortungsvolles Abwassermanagement oder Partnerschaften mit lokalen Produzenten. Wir betrachten dies als einen echten Differenzierungsfaktor gegenüber einer Kundschaft, die für dieses Thema zunehmend sensibilisiert ist.

ANSATZ

Der Schutz der Artenvielfalt bedeutet:

die Einhaltung von Umweltvorschriften, die Verringerung der direkten Auswirkungen von Betriebsabläufen und Infrastruktur, eine strenge Auswahl der Lieferanten, um indirekte Auswirkungen zu begrenzen.

Unser Anspruch geht über die reine Einhaltung von Vorschriften hinaus. Wir streben „naturpositive“ Praktiken an, indem wir die Wiederherstellung natürlicher Lebensräume unterstützen und mit lokalen Expertinnen und Experten sowie Initiativen zusammenarbeiten. Dank dieser Zusammenarbeit konnten wir seit mehreren Jahren verschiedene Maßnahmen umsetzen, wie beispielsweise die Bienenzucht im Beau-Rivage Palace, die Seereinigung am Hôtel Palafitte und das Sammeln von Wildkräutern im Riffelalp Resort auf 2222m Höhe.

Besondere Aufmerksamkeit gilt Standorten in der Nähe sensibler Lebensräume:

- das Riffelalp Resort in alpiner Umgebung auf 2222m;
- das Beau-Rivage Palace mit seinen vier Hektaren Gartenanlagen am Ufer des Genfersees;
- das Hôtel Palafitte, erbaut auf dem Neuenburgersee.

FORTSCHRITTE

Im Jahr 2025 haben wir unseren Ansatz im Bereich Artenvielfalt durch Projekte vor Ort weiterentwickelt, insbesondere durch Schutzmaßnahmen rund um den See und in den Bergen, die Verschärfung unserer Kriterien und des Monitorings im Bereich verantwortungsbewusste Beschaffung sowie durch die Einleitung grundlegender Maßnahmen zur Festlegung einer konzernweiten Strategie zur Artenvielfalt, die auf unsere verschiedenen Standorte und Regionen zugeschnitten ist. Zudem haben wir unsere Indikatoren im Bereich Artenvielfalt verfeinert, um die Erhebung interner Daten und die Steuerung der in unserem letzten ESG-Bericht veröffentlichten Ziele zu verbessern.

Unsere 100% Schweizer Eier.

FORTSCHRITT DER ARTENVIELFALT-ZIELE 2025–2026

PALMÖL

IN ARBEIT

Nahezu alle Artikel wurden aus dem Sortiment genommen, mit Ausnahme einer begrenzten Anzahl von Produkten, die aufgrund der Gästeanfrage in bestimmten Häusern weiterhin angeboten werden (z. B. Nutella). Die Teams setzen ihre Arbeit fort, um die Ausmusterung bis Ende 2026 abzuschließen.



EIER & GEFLÜGEL

ZIEL ERREICHT

Diese Beschaffungen unterliegen nun einer konzernweiten Einkaufsrichtlinie, vorbehaltlich gelegentlicher Einschränkungen hinsichtlich der Produktverfügbarkeit.

NACHHALTIGER FISCH

MESSUNG IN ARBEIT

Die konsolidierte Messung der Performance wird 2026 durch die Verstärkung des Monitorings der Einkaufsdaten finalisiert.



Hausgemachter Schokoladenaufstrich am Frühstücksbuffet des Lausanne Palace.

FOKUS auf die Initiativen 2025



Seepavillon des Hôtel Palafitte.

SANDOZ FOUNDATION HOTELS: UNSERE ARTENVIELFALTS-STRATEGIE DANK WISSENSCHAFTLICHEM FACHWISSEN STRUKTURIEREN

In Zusammenarbeit mit der HEC Lausanne (UNIL) haben drei Studentinnen des Studiengangs Sustainability Strategy Project – Nil Keskin, Emilie Winter und Mihaela Subotin – unter der Leitung von Christophe Fischer eine Analyse unserer ökologischen Herausforderungen durchgeführt, wobei der Schwerpunkt insbesondere auf der Artenvielfalt lag.

Durch die Kombination von Marktanalyse, Wesentlichkeitsprüfung und Branchen-Benchmarks führten ihre Arbeiten zu konkreten Empfehlungen, die auf die Positionierung der Luxushotellerie zugeschnitten sind: Renaturierung von Lebensräumen, standortspezifische Artenvielfaltprojekte sowie Initiativen, die Mitarbeitende und Gäste einbeziehen.

Diese Partnerschaft zeugt von dem Bestreben der Gruppe, sich auf das lokale akademische Fachwissen zu stützen, um einen ehrgeizigen und regional verankerten Ansatz zu entwickeln und gleichzeitig zur Ausbildung lokaler Talente beizutragen.



Das Insektenhotel „Bee-Rivage“.

BEAU-RIVAGE PALACE: BEE RIVAGE, EIN ZUFLUCHTSORT FÜR DIE ARTENVIELFALT

Im Beau-Rivage Palace bietet das Projekt BEE Rivage, ein von den Architekten François Born und Adrien Clairac entworfenes Insektenhotel, einen Rückzugsort für Wildbienen, der Ästhetik und Funktionalität vereint und sich von den vier Jahreszeiten sowie der lokalen Flora inspirieren lässt.

Es befindet sich im Herzen eines blühenden Wäldchens im Park des Beau-Rivage Palace und bietet Nisthilfen, die an verschiedene Arten angepasst sind, wodurch wichtige Lebensräume für diese unverzichtbaren Bestäuber erhalten bleiben. Diese Initiative ist zudem Teil eines Projekts zur Sensibilisierung der Gäste und der Öffentlichkeit für den Schutz der Artenvielfalt in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus.



Francesco d'Avino und Riccardo de Piaggi (Küche 57° Grill, CHO) pflücken Kräuter aus dem Kräutergarten des Hotels.

PERSPEKTIVEN 2026

- In Zusammenarbeit mit Fachleuten wird ein Entwurf für eine Strategie im Bereich Artenvielfalt erarbeitet, der eine Analyse der damit verbundenen Risiken, Abhängigkeiten und Chancen umfasst. Dieser Ansatz wird es ermöglichen, unser Verständnis der Auswirkungen unserer Aktivitäten weiter zu vertiefen und eine auf jedes Haus abgestimmte Roadmap zu definieren – im Einklang mit einer gruppenweiten Gesamtstrategie.
- Darüber hinaus werden bis Ende 2026 für jeden Standort spezifische Leistungsindikatoren (KPIs) im Bereich Artenvielfalt definiert und überwacht, um die Steuerung zu strukturieren und die erzielten Fortschritte zu messen.

DIE MENSCHEN



Pia Fortunato schult Eileen Sauser (beide Empfang, PAL).





**„La Belle Hotellerie est celle
qui vient du cœur.“**

SCHÖNE GASTFREUNDSCHAFT KOMMT VON HERZEN

**Bei Sandoz Foundation Hotels sind
unsere Mitarbeitenden der Motor unserer Exzellenz.**

**Wir pflegen ein vielfältiges, inklusives und
ethisches Arbeitsumfeld, in dem jedes Teammitglied
geschätzt wird und sich voll und ganz für eine
verantwortungsvolle Gastfreundschaft einsetzt.
Ein respektvolles und faires Umfeld, das außer-
gewöhnliche Gästelerlebnisse ermöglicht.**



DIVERSITÄT UND INKLUSION

„La Belle Hotellerie, c’est celle qui vient du cœur“ ist unser Leitmotiv. Sie bringt eine unserer grundlegenden Überzeugungen zum Ausdruck: Exzellenz in der Hotellerie entsteht in erster Linie durch die Frauen und Männer, die sie tagtäglich mit Leben erfüllen. Sie entsteht aus der Vielfalt der Lebenswege, der unterschiedlichen Perspektiven und einer Unternehmenskultur, in der sich jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter vollumfänglich anerkannt fühlt.

Ein inklusives und wertschätzendes Umfeld ist nicht nur ein Wert an sich, sondern auch ein entscheidender Erfolgsfaktor.

ANSATZ

Unsere Verpflichtungen gegenüber den Mitarbeitenden werden durch **konkrete Maßnahmen zur Förderung der Inklusion** unterstützt: Tools zum selbstständigen Sprachenlernen, Module zur kulturellen Orientierung sowie flexible Führungsmaßnahmen, um religiösen oder kulturellen Bedürfnissen Rechnung zu tragen. Das Bewusstsein für den Reichtum der Vielfalt wird zudem durch interne Veranstaltungen gefördert, die das Engagement aller begünstigen.

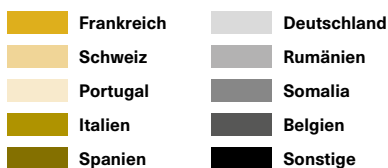
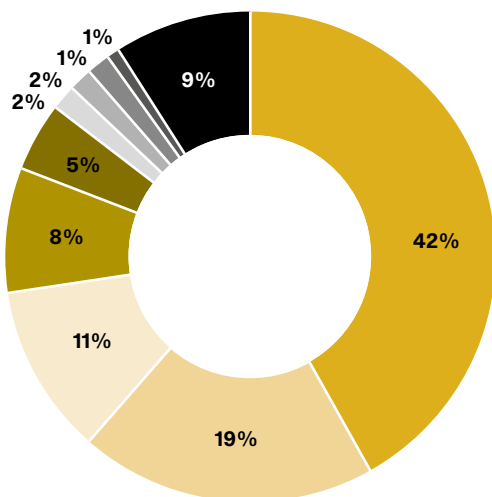
Die Lohnungleichheit wird jährlich einer gründlichen Evaluierung unterzogen, die von unseren HR-Teams mithilfe des eidgenössischen Logib-Tools (Modul 1) durchgeführt wird. Diese Evaluierung berücksichtigt die Positionsebene, die Betriebszugehörigkeit, die Ausbildung und das Geschlecht, um das bereinigte Lohngefälle zwischen Frauen und Männern zu messen.

Unsere Einstellungsverfahren basieren auf Kompetenzen, ohne Diskriminierung aufgrund von Nationalität, Geschlecht oder Alter. Der gerechte Zugang zu beruflicher Weiterentwicklung und die Integration in die operativen Teams sowie in den Alltag unserer Einrichtungen stehen im Mittelpunkt unserer Unternehmenskultur.

Schließlich zeigt sich die **Inklusivität auch gegenüber unseren Gästen** in Form eines personalisierten Dienstleistungsangebots: mehrsprachige Unterlagen, angepasste Ausstattungen sowie Mitarbeitende, die für kulturelle Vielfalt sensibilisiert und entsprechend geschult sind.

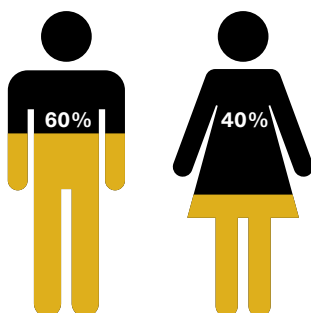
Was die **Barrierefreiheit für Personen mit eingeschränkter Mobilität** betrifft, wurden sämtliche unserer Häuser – mit Ausnahme des Riffelalp Resort 2222m aufgrund seiner abgelegenen Lage – auditiert. Als historische Hotels können wir jedoch nicht unter allen Umständen eine vollständige Barrierefreiheit gewährleisten. Die im Rahmen der Initiative OK:GO bereitgestellten Informationen ermöglichen es unseren Gästen dennoch, selbst zu beurteilen, ob unsere Infrastrukturen ihren individuellen Bedürfnissen entsprechen.

NATIONALITÄTEN DER MITARBEITENDEN 2025



AUFSCHLÜSSELUNG MÄNNER / FRAUEN 2025

INSGESAMT



NACH HIERARCHIEEBENE

Mitarbeitende (755)



Führungskräfte (94)



Leitende Angestellte (19)



FORTSCHRITTE

Unsere Teams zeichnen sich durch eine große menschliche und kulturelle Vielfalt aus: **In der Gruppe sind 63 Nationalitäten vertreten. Mitarbeitende unter 50 Jahren** machen je nach Hierarchiestufe zwischen 63% und 88% der Belegschaft aus.

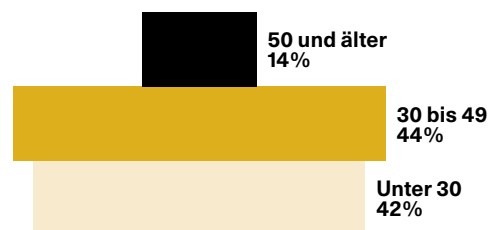
Frauen machen 40% der gesamten Anzahl der Mitarbeitenden aus, besetzen 39% der Führungspositionen, stellen 1/3 des Verwaltungsrats, 1/3 der CSR-Abteilung und 42% der Colibri-Botschafterinnen und -Botschafter, die sich für die Umsetzung unseres CSR-Ansatzes in den operativen Teams engagieren.

Die Analyse des bereinigten geschlechtsspezifischen Lohnunterschieds ergab keine signifikante Lohndiskriminierung. Die beobachteten Abweichungen lassen sich hauptsächlich durch unterschiedliche Verantwortlichkeiten innerhalb derselben Hierarchieebene, durch die Betriebszugehörigkeit oder durch Ausbildungsanforderungen im Zusammenhang mit den Einstufungen des nationalen Tarifvertrags (L-GAV) erklären.

Diese Analyse bestätigt unser Engagement für ein gerechtes, transparentes und respektvolles Arbeitsumfeld, in dem sich jeder Mitarbeiter nachhaltig weiterentwickeln und entfalten kann.

ALTERS- PYRAMIDE 2025

INSGESAMT



NACH HIERARCHIEEBENE

Mitarbeitende (755)



Führungskräfte (94)



Leitende Angestellte (19)



FOKUS AUF DIE MASSNAHMEN 2025

- Die Digitalisierung all unserer administrativen HR-Prozesse über ein neues Informationssystem (HRIS) gewährleistet einen gleichberechtigten Zugang zu Informationen für alle Mitarbeitenden in drei Sprachen (Französisch, Englisch, Deutsch). Dieses System ermöglicht zudem ein automatisiertes Monitoring unserer DEI-Indikatoren.
- Intern haben wir die Cafés Colibris ins Leben gerufen: informelle Austauschrunden zu CSR-Themen, die darauf abzielen, das gemeinsame Verständnis für diese Themen zu fördern.
- Wir haben 2025 die Ausarbeitung des Leitfadens für Führungskräfte abgeschlossen, der 2026 veröffentlicht wird. Er zielt darauf ab, die Führungsverantwortung im Bereich Inklusion zu formalisieren.
- Im Bereich der beruflichen Integration stärken wir unsere Partnerschaften mit lokalen Organisationen, um Menschen mit erschwertem Zugang zum Arbeitsmarkt verstärkt berufliche Perspektiven zu eröffnen. Im Jahr 2025 erhielten unsere Lausanner Häuser die Zertifizierung „Entreprise Partenaire“ der AI Vaud. Diese Auszeichnung würdigt das Engagement der Sandoz Foundation Hotels für die Berufsbildung, die Integration von Menschen mit Beeinträchtigungen sowie die Schaffung eines inklusiven Arbeitsumfelds.

FOKUS auf die Initiativen 2025

LAUSANNE PALACE: NEUE, MASSGESCHNEIDERTE UNIFORMEN ZUR WERTSCHÄTZUNG UNSERER TEAMS

Die neuen, maßgeschneiderten Uniformen des Lausanne Palace verbinden Ästhetik und Komfort. Jedes Outfit wurde so konzipiert, dass es den Besonderheiten der verschiedenen Berufe gerecht wird und gleichzeitig das Gefühl von Stolz und Zusammengehörigkeit unserer Teams stärkt.



Liliane Duarte und Sandra Ribeiro (Wäscherei, LPA)



Laura Comas und Kevin Beauduin (beide 57° Grill, CHO)



Olivia Wittmann und Marin Guillo (Küche Brasserie du Grand Chêne, LPA)

PERSPEKTIVEN 2026

- Die Digitalisierung unserer Schulungen schreitet weiter voran, mit dem Ziel, sie für möglichst viele Mitarbeitende zugänglich zu machen – in unterhaltsameren Formaten, in mehreren Sprachen und angepaßt an die betrieblichen Gegebenheiten. Zu diesem Zweck werden wir 2026 das Programm SFH Académie starten, das über unser internes Kommunikationssystem zugänglich sein wird.
- Über den Leitfaden für Führungskräfte hinaus arbeiten wir an der Ausarbeitung einer Richtlinie zu Vielfalt & Inklusion, die klare Leitlinien für die Personalbeschaffung, die Karriereentwicklung und die Führungspraktiken enthält. Dieses Dokument wird allen unseren Stakeholdern zugänglich sein.
- Derzeit wird eine spezifische Richtlinie zur Unterstützung von Eltern ausgearbeitet. Sie wird neue Verfahren enthalten, die darauf abzielen, die Arbeitsplätze besser an schwangere Mitarbeitende anzupassen.



GESUNDHEIT, SICHERHEIT UND WOHLBEFINDEN

Die Hotelbranche stellt besondere Anforderungen: körperliche Arbeit, Schichtarbeit und Arbeitsdruck. Vor diesem Hintergrund sind Gesundheit, Sicherheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden keine Option, sondern die Grundlage für eine leistungsfähige und nachhaltige Organisation. Ein strukturierter Ansatz in diesem Bereich verringert die Fluktuation, steigert die Arbeitszufriedenheit und fördert eine positive Unternehmenskultur.

ANSATZ

Im Mittelpunkt unserer Unternehmenskultur steht ein **umfassendes Engagement für die Gesundheit, Sicherheit und das Wohlbefinden jedes einzelnen Mitarbeitenden**. Unter der Koordination unseres Leiters für Qualität, Gesundheit und Sicherheit und in enger Zusammenarbeit mit der Personalabteilung sorgen wir für die strikte Einhaltung der geltenden schweizerischen Vorschriften.

Alle Mitarbeitenden sind durch eine **obligatorische Unfallversicherung** abgesichert. Vorfälle werden in allen unseren Hotels systematisch erfasst, ebenso wie unfall- oder krankheitsbedingte Abwesenheitstage, mit Ausnahme des Riffelalp Resorts aus technischen Gründen.

Unser „**Sicherheitsverfahren**“ basiert auf regelmäßigen Evaluierungen der Risiken, Konformitätsaudits und interaktiven Schulungen, wobei das Notfallmanagement – Brand, Gefahrstoffe und Hygiene – vollständig integriert ist.

Die **Förderung des Wohlbefindens unserer Teams** stützt sich auf menschliche und strukturierte Maßnahmen. **Zwei Vertrauenspersonen** stehen bereit, um jedem Mitarbeitenden, der dies benötigt, vertrauliche Unterstützung zu bieten. Parallel dazu belebt das **Mitarbeiterkomitee „D'CLIC“** das interne Leben durch ein Aktivitätenprogramm, Solidari-tätsinitiativen und ein besonderes Augenmerk auf die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.

FORTSCHRITTE

VS 2024	STABIL +21%	Unfälle unfallbedingte Ausfalltage*
VS 2023	-16% +10%	Unfälle unfallbedingte Ausfalltage*

* Die Statistiken zur Anzahl der unfallbedingten Ausfalltage enthalten aus Gründen der Datenqualität und -vergleichbarkeit zwischen den Standorten keine Daten des Riffelalp Resorts.

FOKUS AUF DIE MASSNAHMEN 2025

→ Sicherheit & Konformität

Sicherheits-Selbstaudits gemäß den Richtlinien von HotellerieSuisse und SUVA, mit einem Aktionsplan für ein einheitliches Managementsystem in allen Betrieben. Regelung zur beruflichen Mobilität zur Gewährleistung sicherer Transportwege (körperliche und psychische Gesundheit).

→ Schulung & Sensibilisierung

Entwicklung von E-Learning-Modulen zu Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz sowie zu Hygiene und Sicherheit in der Küche. Schulung zu Bewegungsabläufen und Körperhaltung für das Housekeeping mit integrierter Feedbacksitzung. Einführung eines Selbstverteidigungskurses für die Mitarbeitenden.

→ Wohlbefinden & Arbeitsumfeld

Wahl eines Partners für die Durchführung der Zufriedenheitsumfrage für Mitarbeitende. Housekeeping Week 2025.

FOKUS auf die Initiativen 2025

HOUSEKEEPING WEEK 2025



Sportkurs während der Housekeeping Week im Hôtel Palafitte.



Vom Beau-Rivage-Palace-Team gecoachte Mitarbeitende beim Bügel-Schnelligkeitswettbewerb anlässlich der Housekeeping Week.



Sefka Tatic (Housekeeping, CHO) bei der Nutzung eines Bettliftsystems zur Reduzierung der ergonomischen Belastung bei der Zimmerreinigung.

PERSPEKTIVEN 2026

- Einführung der Great Place to Work Umfrage in unseren Hotels.
- Verbesserung der Erfassung der Ausfalltagequote.
- Einführung des auf den technischen Dienst zugeschnittenen SwissChim-Überwachungssystems, um eine umfassende Prüfung unserer Praktiken bei der Lagerung, Sicherung und Verwendung von Chemikalien durchzuführen.
- Einführung eines digitalen Tools für die interne Kommunikation, das allen den Zugang zu Pflichtinformationen sowie zu Informationen über das interne und externe Geschehen in unseren Hotels und der Gruppe erleichtert.
- Ausweitung des Bettliftsystems auf weitere Häuser: bereits in den renovierten Zimmern des Hôtel Angletterre installiert und derzeit in der Machbarkeitsprüfung für das Beau-Rivage Palace und das Château d'Ouchy.



SCHULUNG UND ENTWICKLUNG

Unsere Mitarbeitenden stehen im Zentrum unserer Prioritäten. Ihre Leidenschaft und ihr Engagement sind entscheidend für den Erfolg jedes Gästerlebnisses. Deshalb stellt die Entwicklung von Kompetenzen einen strategischen Schwerpunkt der Gruppe dar.

Schulungen sichern die Serviceexzellenz, stärken die operative Effizienz und fördern das Engagement unserer Teams. Gleichzeitig schaffen sie Perspektiven für interne Mobilität und den Aufbau nachhaltiger beruflicher Laufbahnen. In einer Branche, die weiterhin mit Herausforderungen bei Rekrutierung und Mitarbeiterbindung konfrontiert ist, ermöglicht die Investition in die Kompetenzentwicklung, Qualifikationslücken zu schließen, die Resilienz der Teams zu stärken und sie auf die Anforderungen von morgen vorzubereiten.

ANSATZ

Sandoz Foundation Hotels engagiert sich für die Entwicklung eines hochkarätigen Schulungsprogramms, das darauf ausgerichtet ist, Nachwuchstalente zu fördern, das Know-how der Branche zu bewahren und sowohl zur Leistungsfähigkeit der Organisation als auch zum Ansehen der Schweizer Hotellerie beizutragen. **Schulungen nehmen einen zentralen Platz in unserer Unternehmenskultur ein, um Karrierewege zu unterstützen, operative Exzellenz zu fördern und den Kompetenztransfer innerhalb der Gruppe sicherzustellen.**

Die Entwicklungsmöglichkeiten stehen allen Mitarbeitenden offen und fallen in den Zuständigkeitsbereich der Personalabteilung. Die Schulungsthemen umfassen: **Management, Kommunikation, technische Kompetenzen, operative Exzellenz und Nachhaltigkeit.**

Die **Präsenzveranstaltungen** berücksichtigen die Arbeitsrhythmen, und für den Erwerb von Fachzertifikaten kann eine finanzielle Unterstützung gewährt werden.

Die **generationenübergreifende Wissensweitergabe**, Ausbildungen, Praktika und Mentoring stehen ebenfalls im Mittelpunkt unserer Unternehmenskultur und werden durch eine strukturierte interne Mobilität ab einer Betriebszugehörigkeit von sechs Monaten ergänzt.

Die **Schulungsstunden**, aufgeschlüsselt nach Geschlecht und Hierarchieebene sowie nach Betriebszugehörigkeit und Fluktuationsrate, bilden unsere Schlüsselindikatoren für Engagement und Mitarbeiterbindung. Letztere wird aufgrund des saisonalen Charakters unserer Tätigkeit separat für unbefristete Verträge und für die Gesamtheit der Mitarbeitenden ausgewiesen.

FORTSCHRITTE

Ausbildung & Kompetenzentwicklung

- Im vergangenen Jahr wurden mehrere tausend Schulungsstunden absolviert, wobei die Kursliste den Schwerpunkt auf unseren Fachbereichen, Nachhaltigkeit, digitalen Kompetenzen und Führungskompetenzen hatte.
- Ein HRIS namens Espace Collaborateurs wurde eingeführt, um die Karrierewege unserer Mitarbeitenden besser zu verfolgen und Management-Tools zu integrieren.
- Die Online-Schaltung unserer E-Learning-Plattform SFH Académie ist für 2026 geplant.

Ausbildung & Wissenstransfer

Sandoz Foundation Hotels wurde 2025 mit dem Label Top Entreprise Formatrice ausgezeichnet, womit unser Engagement für die Ausbildung und die Weitergabe von Fachwissen im Hotelgewerbe gewürdigt wurde.

Treue & Anerkennung

Wir sind stolz auf die Treue unserer Mitarbeitenden: 56% unserer festangestellten Mitarbeitenden sind seit drei Jahren oder länger bei uns, 27% seit sechs Jahren oder länger und 15% seit mehr als zehn Jahren.

Im Jahr 2025 wurden 63 Jubilarinnen und Jubilare gefeiert: 18 mit 5 Jahren Betriebszugehörigkeit, 12 mit 10 Jahren, 10 mit 15 Jahren, 9 mit 20 Jahren, 8 mit 25 Jahren, 1 mit 30 Jahren und 5 mit 35 Jahren.

2731

Schulungsstunden insgesamt

245 000

Investiertes Budget

30

Praktikant:innen

34

Auszubildende

10,7

durchschnittliche Schulungsstunden für Abteilungsleiter:innen

267

Mitarbeitende mit Grundschulung Nachhaltigkeit

187

Mitarbeitende mit Schulung zum Schutz personenbezogener Daten

56%

der Mitarbeitenden ist seit über 3 Jahren im Unternehmen tätig

FLUKTUATIONSRATE

Nur unbefristete Verträge

Alle Vertragsarten

Durchschnittliche jährliche Fluktuation

31%

68%

Durchschnitt – 2025 neu eingestellte Mitarbeitende

3%

6%

Männer (durchschnittlich)

29%

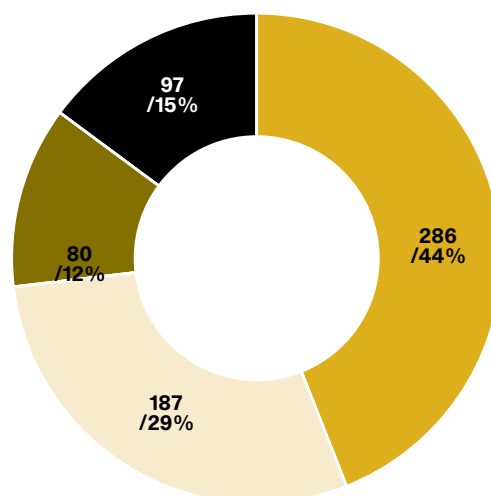
68%

Frauen (durchschnittlich)

35%

68%

BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT VON UNBEFRISTET ANGESTELLTEN MITARBEITENDEN (2025)



0 bis 2 Jahre
3 bis 5 Jahre
6 bis 10 Jahre
über 10 Jahre

FOKUS auf die Initiativen 2025



Unser Recruiting-Team: Arnaud Fanuel, Charlotte Mall, Nicolas-Antonin Bracq, Claude Cinque (HR, SFH)

NICOLAS-ANTONIN BRACQ

Recruitment & Career Manager

„In den Hotels der Sandoz-Stiftung haben wir uns dafür entschieden, die Entwicklung unserer Mitarbeitenden aktiv zu begleiten. Dank einer speziellen Stelle für Karriereentwicklung identifizieren wir Talente, fördern Laufbahnen und unterstützen die interne Mobilität im Einklang mit den Möglichkeiten der Gruppe. Dieser Ansatz, der im Einklang mit unseren CSR-Verpflichtungen steht, ermöglicht es jedem, sich nachhaltig zu entfalten und gleichzeitig zur Exzellenz des Service beizutragen.“



Nicolas-Antonin Bracq (HR, SFH)



Sébastien Custot (Finanzen, SFH)

SANDOZ FOUNDATION HOTELS: WISSEN WEITERGEBEN UND DIE SCHULUNGEN FÖRDERN

Im Engagement für die Ausbildung der Talente von morgen bringen sich unsere Führungskräfte aktiv bei Studierenden der Region ein und teilen ihre Erfahrungen mit ihnen. Dieser Beitrag veranschaulicht konkret den Anspruch der Gruppe, Schulungen in den Mittelpunkt ihrer Prioritäten zu stellen. Durch die Weitergabe ihres Fachwissens trägt das Unternehmen aktiv zur Entwicklung junger Berufsleute bei.



Julien Donzel (Direktion, BRP SA)

BEAU-RIVAGE PALACE, LAUSANNE PALACE & PALAFITTE : ERHALT DER ZERTIFIZIERUNG „TOP ENTREPRISE FORMATRICE“



Quentin Delohen (Direktion, LPA)



Benjamin Chemoul (Direktion, BRP SA)



Romy Razafindrazaka und Amandine Cavazzana (Housekeeping, LPA)

PERSPEKTIVEN 2026

2026 wird das Startjahr der SFH Académie sein, die alle unsere Schulungen sowie die Instrumente zur Karrierebegleitung unter einem Dach vereinen wird. Das Angebot wird auf allen Hierarchieebenen deutlich erweitert und strukturiert:

- Spezifische CSR-E-Learning-Module für die Bereiche Housekeeping und F&B werden die Verankerung der Nachhaltigkeit in den betrieblichen Abläufen stärken.
- CSR-Konzepte werden in die bestehenden Managementprogramme integriert.
- Neue Schulungen werden eingeführt: öffentliches Sprechen, Cybersicherheit, Umgang mit asiatischen Gästen.

Ein weiterer Schritt wird mit dem gruppenweiten Ausbau der internen Kommunikation rund um unsere Berufe sowie innerhalb jedes einzelnen Hauses erfolgen. Ziel dieser Initiative ist es, Karrierewege sichtbar zu machen und unser Fachwissen aus der Perspektive unserer Mitarbeitenden hervorzuheben.

GOLDENES BUCH

2025

BRAVO AN UNSERE TEAMS!

Die Auszeichnungen, die unseren Mitarbeitenden oder unseren Hotels verliehen werden, sind Qualitätsindikatoren, die weit mehr aussagen als eine Bewertung oder ein Ranking. Diese Auszeichnungen würdigen das Engagement und die Leidenschaft derjenigen, die unsere Werte, unsere Vision und unsere Mission verkörpern.

Die Auszeichnungen für unsere Hotels würdigen die Arbeit eines außergewöhnlichen Teams sowie die Schönheit des Standorts, seiner Geschichte und seiner Seele. Über den Stolz hinaus, den wir dabei empfinden, ist es ein Gefühl der Erfüllung, weiterhin an der Exzellenz zu arbeiten, die uns von unseren Vorgängern vermittelt wurde, denn wir alle wissen: Das Schwierigste ist, Beständigkeit zu zeigen und das sehr hohe Niveau aufrechtzuerhalten, das den Ruf unserer Häuser begründet.

Bei Sandoz Foundation Hotels werden unsere Mitarbeitenden bei den beruflichen Herausforderungen, die sie sich stellen, unterstützt und gefördert. Vom Angestellten bis zum Generaldirektor stehen die berufliche Laufbahn und die Entfaltung unserer Mitarbeitenden im Vordergrund, um „eine schöne Hotellerie, die von Herzen kommt“ zu bieten und die Betriebszugehörigkeit zu würdigen.



AUSZEICHNUNGEN 2025



BILANZ

Im Jahr 2025 wurde das Beau-Rivage Palace vom Magazin Bilanz zum Stadthotel Nr. 1 der Schweiz gewählt – eine Auszeichnung, die Exzellenz, Gastfreundschaft und das Engagement unserer Teams in einem Umfeld würdigt, in dem Eleganz auf Geschichte trifft.



AHEAD AWARD

Im Jahr 2025 erhielt Tristan Auer den AHEAD AWARD für das beste Restaurantinterieur Europas für das Pic au Beau-Rivage Palace.



ROBB REPORT

Im Jahr 2025 wurde das Beau-Rivage Palace vom Robb Report unter die 50 besten Hotels der Welt gewählt. Als einziges Schweizer Hotel auf dieser Liste – und als eines von nur zwölf Häusern in Europa – verkörpert es eine zeitlose Gastfreundschaft, die auf subtile Weise am Ufer des Genfersees verwurzelt ist.



SWISS LOCATION AWARD 2025

Das Beau-Rivage Palace wurde mit dem Swiss Location Award 2025 als einer der schönsten Hochzeitsorte der Schweiz ausgezeichnet. Diese Anerkennung bestätigt unsere exklusive Positionierung im Bereich privater Feierlichkeiten.



DIE 101 BESTEN HOTELS

Im Jahr 2025 als bestes Hotel in der Kategorie „Grand Resort“ klassiert. 2024 unter den neun besten Hotels in der Kategorie „Luxury City Resort“ klassiert.

GOLDENE TEAMS

DIE AUSZEICHNUNGEN, DIE UNSERE MITARBEITENDEN 2025 ERHALTEN HABEN



Finalist des Wettbewerbs „Créations et saveurs Président Professionnel 2025“

Rémi Blanchet

Chef de partie
La Table du Lausanne Palace



Bester Jung-Sommelier Frankreichs 2025

Louis Le Conte

Sommelier Pic au Beau-Rivage Palace
Beau-Rivage Palace



Bester Sommelier der Schweiz, Falstaff 2025

Dominique Peretti

Chef Sommelier Pic au Beau-Rivage Palace
Beau-Rivage Palace



Gelistet unter den 100 Persönlichkeiten, die die Westschweiz prägen*

Franck Pelux

2-Sterne-Koch
La Table du Lausanne Palace



Black Diamond Award 2025

Stephane Reumont

Leiter des Guerlain Spa
Beau-Rivage Palace



Beste Empfangschefin, Bilanz 2025

Viktoria Schlegel

Empfangschefin
Beau-Rivage Palace

UNSERE JUBILAR:INNEN 2025

LANGJÄHRIG DABEI – UND STOLZ DARAUF

Entdecken Sie die Gesichter der Mitarbeitenden, die wir 2025 für ihre langjährige Treue und ihr Engagement geehrt haben.

5 Jahre



Ahmad Abdi
Stewarding
Beau-Rivage Palace



Arianna Baraldo
Küche
Riffelalp Resort 2222m



Sarah Benahmed
Service – La Table du Palace
Lausanne Palace



Nene Camara
Spa
Lausanne Palace



Trani Crescenzo
Küche
Riffelalp Resort 2222m



Joseph Di Donato
Accademia
Hôtel Angleterre



Marie Fouchard
Service – La Table du Palace
Lausanne Palace



Olivier Glain
Technik
Pôle d'Ouchy & Hôtel Palafitte



Anthony de Haay
Buchhaltung
Sandoz Foundation Hotels



Sophie Kozacenkova
Brasserie du Grand Chêne
Lausanne Palace



Pauline Laurent
Direktion
Hôtel Palafitte



Mario Jaye Malonzo
Hauptküche
Beau-Rivage Palace



Mélissa Mayet
Spa Guerlain
Beau-Rivage Palace



Giuseppe Meli
Küche – La Table du Palace
Lausanne Palace

5 Jahre



Adan Omar
Stewarding
Beau-Rivage Palace



Franck Pelux
Küche – La Table du Palace
Lausanne Palace



Laurence Vaucher
Hauptküche
Beau-Rivage Palace



Ni Nyoman Yuniari
Spa
Lausanne Palace

10 Jahre



Komi Amados
Technik
Beau-Rivage Palace



Larry Andino
Küche – Kaigan
Beau-Rivage Palace



Pedro Gomes de Andrade
Öffentliche Orte
Lausanne Palace



Bárbara Capelo
Housekeeping
Beau-Rivage Palace



Théophile Djihounouk
Küche – 57 Grill
Château d'Ouchy



Amr El Shafei
Öffentliche Orte
Beau-Rivage Palace



Sandra Fabre
Technik
Pôle d'Ouchy



Diogo Lima da Silva
Conciergerie
Beau-Rivage Palace



Afonso Mampasi Mbiyavanga
Stewarding
Lausanne Palace



Susete Mendes
Wäscherei
Lausanne Palace



Eloïse Preau
Logistik
Beau-Rivage Palace



Sandra Ribeiro Teixeira
Wäscherei
Lausanne Palace

15 Jahre



Rossana de Fátima Soares Coelho
Housekeeping
Riffelalp Resort 2222m



Suleiman Gasim
Stewarding
Hôtel Palafitte



Adrien Giraud
Einkauf
Sandoz Foundation Hotels



Laurent Guignard
Pâtisserie
Beau-Rivage Palace



Camelia Herrmann
Empfang
Hôtel Palafitte



Luigi Lafranco
Küche
Riffelalp Resort 2222m



Guylain Litzler
Logistik
Lausanne Palace



Pascal Lorquin
CSR
Sandoz Foundation Hotels



Fernando Sciascia
Technik
Lausanne Palace



Nipaporn de Weck
Küche – 57 Grill
Château d'Ouchy

20 Jahre



Sonia de Almeida
Housekeeping
Beau-Rivage Palace



Kidusahman Ayele
Bankette
Lausanne Palace



Gustavo Bernasconi
Night Audit
Beau-Rivage Palace



Yves Boncourt
Stewarding
Lausanne Palace



Jérôme Delamaison
Küche Produktion
Lausanne Palace



Damien Fruhauf
Revenue Management
Sandoz Foundation Hotels



Hervé Lecardonnel
Küche – Oasis
Beau-Rivage Palace



Tony Rocha de Almeida
Conciergerie
Riffelalp Resort 2222m



Esperanta Saint Lot
Housekeeping
Beau-Rivage Palace

25 Jahre



Bernhard Biner
Technik
Riffelalp Resort 2222m



Raphaël Breton
Hauptküche
Pôle d'Ouchy



Dina (Maria Graciete) Da Costa Pereira
Housekeeping
Riffelalp Resort 2222m



Yann Dupertuis
Bergführer
Riffelalp Resort 2222m



Ibrahim Siraji Maxamed
Pâtisserie
Beau-Rivage Palace



Denis Ruffieux
Restauration
Riffelalp Resort 2222m



Claudia Walther
Direktion
Riffelalp Resort 2222m



Hans-Jörg Walther
Direktion
Riffelalp Resort 2222m

30 Jahre



Samuel Seyoum
Küche - Café Beau-Rivage
Beau-Rivage Palace

35 Jahre



Manuel de Figueiredo
Stewarding
Beau-Rivage Palace



Sylvie Gonin
Conciergerie
Beau-Rivage Palace



Christian Landmann
Pâtisserie
Hôtel Angleterre



Didier Mazaurin
Bankette
Hôtel Angleterre
& Château d'Ouchy



Graça Martins de Freitas
Floristin
Beau-Rivage Palace



Marie Fouchard (La Table, LPA)



Hervé Lecardonnell (Küche, BRP SA)



Christian Landmann (Küche, ANG)



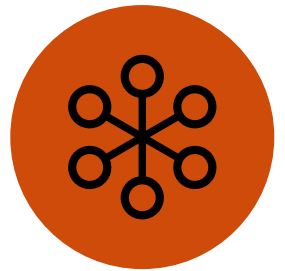
Esperanta Saint-Lot (Housekeeping, BRP)

**DIE JUBILARINNEN UND
JUBILARE 2025**
VIELEN DANK FÜR IHRE TREUE!



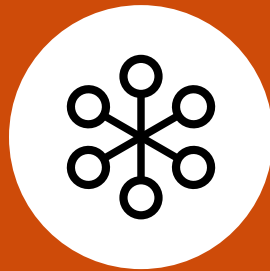
KUMULIERTE DIENSTJAHRE

DIE GEMEINSCHAFTEN



Nathan Bourroux (Logistik, BRP)





Tief in ihren Regionen verwurzelt,
pflegen die Hotels von Sandoz Foundation Hotels
enge Beziehungen zu den lokalen Gemeinschaften.

Durch eine auf regionale Beschaffung
ausgerichtete Einkaufspolitik, Partnerschaften
mit lokalem Handwerk sowie die Förderung
eines verantwortungsvollen Tourismus tragen wir zur
wirtschaftlichen und kulturellen Dynamik
unserer Destinationen bei und bieten unseren Gästen
einen authentischen Zugang zum Reichtum der Orte,
die unsere Häuser willkommen heißen.



VERANTWORTUNGSVOLLE BESCHAFFUNG

Die oft komplexen und globalisierten Lieferketten im Hotelgewerbe verursachen ökologische und soziale Auswirkungen, die weit über die des direkten Betriebs hinausgehen. Dennoch bieten sie eine hervorragende Chance für einen positiven Wandel: Durch die Auswahl von Lieferanten, die unsere Werte teilen, begrenzen wir negative Auswirkungen und schaffen gleichzeitig wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Mehrwert.

In einer Branche, in der Lebensmittel und Getränke einen bedeutenden Anteil der Einkäufe ausmachen, ermöglicht die Bevorzugung lokaler und saisonaler Produkte sowohl die Reduzierung der CO₂-Emissionen als auch die Stärkung der Versorgungssicherheit, die Unterstützung der lokalen Wirtschaft und die Aufwertung der regionalen Gastronomie. All dies sind Pluspunkte, die das kulinarische Erlebnis unserer Gäste bereichern.

ANSATZ

Unsere Einkäufe müssen unsere Werte widerspiegeln: Respekt gegenüber Menschen, Gemeinschaften und dem Planeten.

Unsere Politik der verantwortungsbewussten Beschaffung bevorzugt lokale und saisonale Produkte, wodurch wir unseren ökologischen Fußabdruck verringern, gleichzeitig die lokale Wirtschaft unterstützen und das Gästelerlebnis bereichern. Sie berücksichtigt zudem die Risiken im Zusammenhang mit dem Hoteleinkauf, den Lieferantenbeziehungen und der Herkunft der Lebensmittel. Lieferanten (Partner, Dienstleister oder Subunternehmer) werden nach einem Verfahren ausgewählt, bei dem **Nachhaltigkeit ein zentrales Kriterium** darstellt. An jeder Ausschreibung nehmen mindestens drei Bewerber teil, mit einer klaren Präferenz für lokale und zertifizierte Akteure.

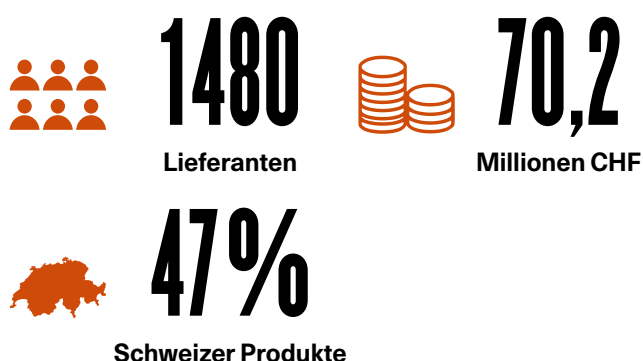
Ein spezielles Einkaufsteam steuert diese Verpflichtungen auf Konzernebene auf der Grundlage unserer **Einkaufsrichtlinie**. Jeder neue Lieferant ist verpflichtet, unseren **Verhaltenskodex** zu unterzeichnen, der klare Anforderungen in Bezug auf Rechtskonformität, Arbeitsrechte, Umweltverantwortung und Transparenz festlegt. Wir behalten uns das Recht vor, unsere Partner zu prüfen, und können im Falle von Nichteinhaltung Korrekturmaßnahmen bis hin zur Kündigung von Verträgen ergreifen.

Schließlich ermöglichen uns ein **datenbasierter Ansatz und strategische Partnerschaften**, unsere Auswirkungen besser zu verfolgen, die Logistik zu optimieren und die Emissionen im Zusammenhang mit Transport und Lieferungen zu reduzieren.

FORTSCHRITTE

Die Einführung der **Einkaufsrichtlinien** und des **Verhaltenskodex** für Lieferanten von Sandoz Foundation Hotels ist nun in unsere Prozesse integriert. Von jedem neuen Partner wird eine Unterzeichnung verlangt. Dies ist ein erster wichtiger Schritt, der durch die Einführung einer Charta für nachhaltige Mobilität im Laufe des Jahres 2026 ergänzt wird, die auch die Logistikmobilität umfasst.

UNSERE LIEFERKETTE



LAUFENDE ZIELE FÜR ENDE 2026

100% der Lebensmittellieferanten in einem Umkreis von 55 km

50%

Schweizer Produkte

100%

frische Eier und Geflügel aus Freilandhaltung

80%

saisonale Zutaten

3%

BIO- oder Fairtrade-zertifizierte Produkte

90%

Meeresprodukte aus nachhaltigen Quellen

0%

Palmöl in unseren Betrieben

FOKUS auf die Initiativen 2025



Matis Labauve und Emmanuel Lahille (Bankette, LPA)

UNSERE HOTELS IN LAUSANNE: VERANTWORTUNGSBEWUSST EINKAUFEN, UM UNSERE UMWELTAUSWIRKUNGEN ZU VERRINGERN

Durch die Zusammenarbeit mit innovativen Partnern verfolgt die Gruppe einen kontinuierlichen Verbesserungsansatz im Bereich der Beschaffung. Ihr Ziel ist, ihre Umweltauswirkungen schrittweise zu reduzieren, ohne dabei Kompromisse bei den operativen Anforderungen einzugehen.

In diesem Zusammenhang stellt die Erneuerung des Bankett- und Konferenzmobiliars im Beau-Rivage Palace, im Hôtel Angletterre, im Château d'Ouchy sowie im Lausanne Palace einen ersten konkreten Schritt dar: Lösungen ohne Tischdecken, die dazu beitragen, den Einsatz von Textilien und den Bedarf an Wäscherei zu reduzieren.



Pierre-Emmanuel Collin (Logistik, PAL)

PERSPEKTIVEN 2026

- Abschluss einer internen Strategie zur Steuerung der Umweltleistung unserer wichtigsten Partner.
- Bereitstellung der Charta für nachhaltige Mobilität, einschließlich der Logistikmobilität, für alle unsere Partner.



REGIONALE PARTNERSCHAFTEN

Ein aufrichtiges Engagement gegenüber unseren Stakeholdern ist ein Grundpfeiler unseres Handelns: Es fördert Transparenz, stärkt das Vertrauen und gewährleistet einen vielfältigen Austausch von Perspektiven für fundierte Entscheidungen.

Der kontinuierliche Dialog mit all unseren Stakeholdern (unseren Mitarbeitenden, Gästen, Lieferanten, Berufsverbänden, lokalen Gemeinschaften, Behörden und Aktionären) ermöglicht uns, aufkommende Erwartungen besser zu verstehen, Risiken und Chancen zu erkennen und gemeinsam nachhaltige Lösungen zu entwickeln.

Dieser Dialog ist nicht nur eine Frage der Legitimität, sondern auch ein Hebel für Resilienz, Innovation und die Ausrichtung an ESG-Standards, die sich laufend weiterentwickeln.

ANSATZ

So wie der Kolibri – Symbol für unsere Überzeugung, dass jeder auf seine Weise zum Wandel beitragen kann – glauben wir fest an den Wert von Partnerschaften, um eine positive und gemeinsame Zukunft zu gestalten. Ein authentisches Engagement ist die Grundlage für jede nachhaltige Wirkung.

Wir fördern einen offenen Dialog, der vielfältige Perspektiven in unsere Entscheidungsprozesse einbezieht, und zwar durch spezielle Ausschüsse, Arbeitsgruppen und Diskussionsforen. Unser Netzwerk regionaler Partnerschaften stellt somit eine wertvolle Stütze dar, um komplexe Herausforderungen zu meistern und neue Chancen zu nutzen.

FORTSCHRITTE

Im Jahr 2025 haben wir unsere regionalen Partnerschaften weiter ausgebaut. Über die Anforderungen der Compliance hinaus tragen diese Kooperationen dazu bei, Kultur, Kreativität und das lokale Umfeld aktiv mitzugestalten.

Unsere Verbindung zur **École Hôtelière de Lausanne (EHL)** ist in dieser Hinsicht von zentraler Bedeutung. Als langjähriger Partner pflegt die Gruppe tief verwurzelte historische Beziehungen zur EHL: Bereits 1893 waren wir an ihrer Gründung beteiligt. Damit zählt diese Zusammenarbeit zu den ältesten und prägendsten Partnerschaften der schweizerischen und internationalen Hotellerie. Diese Verbundenheit spiegelt sich heute in einem kontinuierlichen Austausch zwischen unseren Teams wider, der der Weitergabe von Know-how und der Förderung von Innovation dient.



Presseauftakt für die 30 Chasselas-Weine im Glas in der Brasserie du Grand Chêne im Lausanne Palace.

Das **Lausanne Palace** hat in diesem Jahr seine Verbindungen zur Sportszene der Stadt durch Partnerschaften mit dem **Lausanne Hockey Club** und **Lausanne-Sport** weiter ausgebaut. Das Haus zeichnete sich zudem durch seine Unterstützung der Schweizer Winzerinnen und Winzer aus, indem es ein in der Schweiz einzigartiges Angebot von 30 Chasselas-Weinen im Glas einführt und regionale Partner in das Veranstaltungsprogramm zum Jahresende einbezog. Zudem konnte sich ein Publikum jeden Monat im Rahmen des **Squad Comedy Club** treffen, der neue Talente der Comedy-Szene ins Rampenlicht rückte. Das Hotel unterstützte außerdem die Stiftungen Terre des Hommes Schweiz und Fondation Theodora anlässlich eines Benefiz-Fußballspiels.



Pierre-Marie (Sommellerie, SFH), Initiator des Angebots der 30 Chasselas-Weine im Glas in der Brasserie du Grand Chêne des Lausanne Palace.

Im **Beau-Rivage Palace** haben wir mehrere bedeutende regionale Kulturveranstaltungen unterstützt, darunter das Filmfestival **Les Rencontres du 7^e Art**, den internationalen Tanzwettbewerb **Le Prix de Lausanne**, das Literaturfestival **Le Livre sur les Quais**, das **Week-end Musical de Pully** sowie verschiedene Veranstaltungen im Rahmen von **Lausanne à Table**. In der Lobby finden zudem **Ausstellungen** statt, die **lokale Lieferanten und Handwerksbetriebe** in den Vordergrund stellen, wie beispielsweise die Chocolatiers der Region zu Ostern, während bestimmte Veranstaltungen, wie der **Weihnachtsmarkt**, dazu beitragen, das Kunsthandwerk und das regionale Know-how zu fördern.

In Zusammenarbeit mit dem Verein L'Art d'Inclure wurde zudem eine **sensorische Besichtigung des Kulturerbes entwickelt und an Menschen mit Sehbehinderungen angepasst**. Das Beau-Rivage Palace unterstützt darüber hinaus mehrere lokale Vereine und Solidaritätsinitiativen, die insbesondere in den Bereichen Kinderhilfe und Inklusion tätig sind.



Die Konditoren **Anthony Bayle** und **Aurélie Casale** (Küche, BRP) bei der Fertigstellung ihrer Schokoladenskulptur für Ostern.



Szenografie „Le Prix de Lausanne“ mit Tutus aus deren Kollektion.



Samuel Hirsch, Lausanner Geiger, beim Diner des Patrimoine-Abends.



Chef **Kevin Curty** (Küche, BRP), begleitet von **Cindy Reynaud** (Projekte, BRP) und **Benjamin Chemoul** (Direktion, BRP), leitet den Geschmacks-Entdeckungsteil der sensorischen Führung des Beau-Rivage Palace.



Pauline Laurent (Direktion, PAL) und **Jacques Froidevaux**,
Gründer des Kollektivs **Plonk und Replonk**.



Zubereitung des traditionellen Neuenburger Absinths
durch **Florent Champanay** (F&B, PAL).

Im **Hôtel Palafitte** treten abends regelmäßig **lokale Musikerinnen und Musiker** auf, und eine **jährliche Ausstellung** würdigt anerkannte Künstlerinnen und Künstler aus dem Kanton Neuenburg, wodurch die Verbreitung der regionalen Kultur gefördert wird, wie es 2025 bei Plonk & Replonk der Fall war.

Die Verkaufsstellen des Hotels laden die Gäste schließlich dazu ein, die **Schätze der Region Neuenburg** zu entdecken, insbesondere durch eine Auswahl an Absinth-Sorten und eine Weinkarte, die die Weine der Region in den Vordergrund stellt.



Spieleauswahl und Barspiele-Menü des Château d'Ouchy.

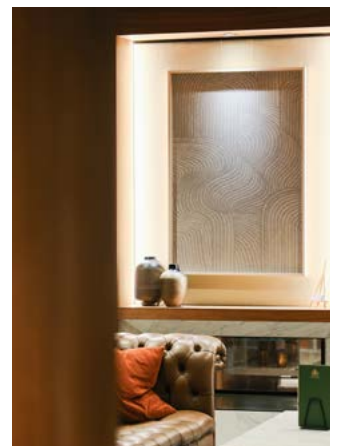


Cinéfestival in den Gärten des Château d'Ouchy, in Partnerschaft mit Les Rencontres du 7^e Art – Begegnung mit Regisseur **Patrice Leconte**.

Im **Château d'Ouchy** verwandelt sich die Bar dank einer Auswahl an Spielen, die man bei einem Cocktail entdecken kann, in einen Ort der Unterhaltung. Dieses Angebot wird durch ein **Veranstaltungsprogramm in Zusammenarbeit mit regionalen Partnern** bereichert, darunter Werwolf-Abende in Zusammenarbeit mit Ludopoly, die erste Ausgabe des Cinésivals, organisiert mit Les Rencontres du 7^e Art, sowie monatliche Spieleabende mit lokalen Akteuren wie dem Musée Suisse du Jeu oder der Ludothèque Pinocchio. Das Haus rückt zudem lokale **Künstlerinnen und Künstler** ins Rampenlicht, wie beispielsweise bei der Ausstellung von Gael Epiney im Jahr 2025.



Abende „Meurtres et Mystères“ im Château d'Ouchy.



Kunstwerk von **Gael Epiney**, ausgestellt im Hotel in Zusammenarbeit mit Murs Porteurs.



Jennifer Roux (RSE, SFH), Chloé Farret (Reservierungen, SFH), Emma Tsala (HR, SFH), Célestin Rolex (Empfang, BRP) und Eliane Vieira Mendes (F&B, LPA) verteilen die von den Küchenteams zubereitete Suppe anlässlich der Journée de la Soupe.



Unser Freiwilligenteam mit Paola Möhl, Direktorin der Fondation Planète Enfants Malades, beim Weihnachtsapéro im Kinderspital.

Schließlich können unsere lokalen Partner im **Riffelalp Resort 2222m** ihre Produkte dank unserer Vitrine an der Rezeption präsentieren oder im Hotel organisierte Gästelerlebnisse anbieten.

Unsere Mitarbeitenden engagieren sich zudem auf freiwilliger Basis in **ehrenamtlichen Aktionen** – insbesondere zugunsten von „Planète Enfants Malades“ oder der „Journée de la Soupe“ mit „Table Suisse“ und dem Lions Club Lausanne – und bezeugen damit eine Solidarität, die über die Mauern unserer Häuser hinausgeht.

FOKUS auf die Initiativen 2025



CINDY REYNAUD

**Leiterin für Projektentwicklung
und -koordination**

Beau-Rivage Palace, Château d'Ouchy, Hôtel Angleterre

„Unsere lokale Verankerung stärken, Synergien mit den Talenten der Region schaffen und unsere Häuser für die lokale Bevölkerung öffnen: Jede Initiative ist darauf ausgerichtet, unsere Häuser auf neue Weise zum Leben zu erwecken. Von immersiven Erlebnissen und Inszenierungen über inklusive Führungen bis hin zu gemeinschaftsfördernden Veranstaltungen – wir möchten Verbundenheit schaffen und unsere Hotels zu echten Orten des Lebens im Herzen ihrer Region machen.“

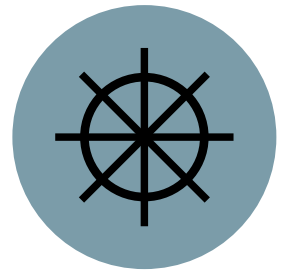


Chloé Casoli (La Terrasse, BRP)

PERSPEKTIVEN 2026

- Ein neuer Meilenstein bei der Strukturierung unseres regionalen Engagements.
- Festlegung eines Verfahrens zur Überwachung und Messung der nichtfinanziellen Auswirkungen der Gruppe.
- Veröffentlichung eines Wirkungsberichts für die Region, der unseren Anspruch widerspiegelt, den geschaffenen Mehrwert – für die Gemeinschaften, Partner und Regionen, in denen wir tätig sind – transparent und rigoros über die reinen Finanzergebnisse hinaus darzustellen.

GOVERNANCE



Gérald Lygrisse (Hauptküche, BRP) und Pascal Lorquin (CSR, SFH)





Transparenz, Integrität und ethische Führung sind nicht nur Leitprinzipien, sondern bilden das Fundament einer vorbildlichen Unternehmensführung, die ESG-Werte aktiv in ihre Entscheidungsprozesse integriert. Dadurch wird nicht nur die Einhaltung internationaler Nachhaltigkeitsstandards gewährleistet, sondern auch die Förderung verantwortungsvoller und zukunftsorientierter Praktiken, die Vertrauen schaffen und langfristig gemeinsamen Mehrwert generieren.



UNTERNEHMENSETHIK UND INTEGRITÄT

In einer Branche, in der der Ruf ein wesentlicher Vermögenswert ist, bilden ethisches Geschäftsverhalten und Integrität die Grundlage eines Vertrauensverhältnisses, das unsere Verantwortung gegenüber unseren Gästen, Mitarbeitenden und Partnern prägt.

Transparenz, Fairness und verantwortungsvolle Entscheidungsfindung tragen dazu bei, Korruption vorzubeugen, eine positive Arbeitskultur zu fördern und die Einhaltung gesetzlicher sowie branchenspezifischer Standards sicherzustellen. Diese Prinzipien sind nicht nur eine Verpflichtung, sondern auch ein Hebel für finanzielle Resilienz, Kundenbindung und das langfristige Engagement unserer Mitarbeitenden.

ANSATZ

Die Grundsätze der Geschäftsethik und Integrität gelten für sämtliche Aktivitäten, Mitarbeitenden und Partner der Gruppe. Unsere **Ethik-Charta**, die auf Integrität, Respekt und Transparenz basiert, fördert fairen Wettbewerb, die Bekämpfung von Korruption, die Achtung der Menschenrechte sowie nachhaltiges Handeln.

Regelmäßige interne und externe Audits gewährleisten die Compliance in den Bereichen Finanzen, Gesundheit und Umwelt. Unterstützt wird dies durch ein Gesetzesregister, das sämtliche für uns relevanten Verpflichtungen abdeckt. Wo lokale Vorschriften fehlen, orientieren wir uns an internationalen Best Practices. Kontinuierliche Schulungen – insbesondere im Bereich der Prävention von Belästigung und Diskriminierung – bleiben ein zentraler Pfeiler unserer ethischen Unternehmenskultur.

Transparenz prägt auch unsere Beziehung zu unseren Gästen – sei es bei unseren Preisen, unserer Kommunikation oder unserem Marketing. Die Qualität unserer Dienstleistungen wird dabei durch Zufriedenheitsumfragen, Online-Bewertungen und Mystery Audits kontinuierlich überprüft.

Unser hotelübergreifendes Auditprogramm, bei dem sich die Häuser gegenseitig anonym evaluieren, unterstreicht unser gemeinsames Engagement, unsere Exzellenzstandards kontinuierlich weiterzuentwickeln und weiter anzuheben.

FORTSCHRITTE

Transparenz & Konformität

Im Jahr 2025 wurden über unser Ethik-Meldesystem keine Korruptionsfälle oder -versuche gemeldet – ein Ergebnis, das im Vergleich zu 2024 unverändert blieb und die Stärke unserer Integritätskultur unterstreicht. Eine über Lexplus durchgeführte rechtliche Selbstanalyse ermöglichte die Erstellung eines strukturierten Aktionsplans zur Überwachung unserer Einhaltung gesetzlicher Vorschriften.

Zertifizierungen & Auszeichnungen

Das Jahr 2025 stand ganz im Zeichen der Konsolidierung unserer Zertifizierungen. Alle unsere Häuser haben die Earth-Check-Rezertifizierung erhalten, was unser Engagement für den Umweltschutz bestätigt.

Die Dienstleistungen unserer Veranstaltungsabteilungen im Beau-Rivage Palace, Lausanne Palace und Hôtel Palafitte haben zudem die VenueCheck-Zertifizierung erhalten, die der Norm ISO 20121 entspricht.

Unser erster ESG-Bericht für das Geschäftsjahr 2024 wurde ebenfalls im Juli 2025 veröffentlicht und markiert einen wichtigen Meilenstein in unserem Streben nach Transparenz.

Governance & Ausstrahlung

Jennifer Roux, Leiterin der CSR-Abteilung, wurde bei Swiss Deluxe Hotels zur Head of Circle „Quality & Sustainability“ gewählt und stärkt damit den Einfluss der Gruppe in den Branchengremien. Sie vertrat unsere Hotels auf mehreren CSR-Konferenzen wie dem Swiss Impact Forum sowie bei den Sensibilisierungswochen unserer Partner IMD und EHL Business School im Rahmen ihrer Sustainability Week, um unser Governance-Modell vorzustellen.



Philippe Radojkovic (Technik, PAL)

PERSPEKTIVEN 2026

- Weiterführung der Stärkung unserer ethischen Unternehmenskultur durch die Integration dieser Werte in die Einführungstage neuer Mitarbeitender, um bereits beim Eintritt in die Gruppe ein entsprechendes Bewusstsein zu fördern.
- Vereinheitlichung unserer Hygienekontrollsoftware in sämtlichen Küchen der Gruppe, um konsistente Standards zwischen den einzelnen Häusern sicherzustellen.
- Veröffentlichung unserer im Jahr 2025 erarbeiteten doppelten Wesentlichkeitsanalyse im ESG-Bericht 2026 der Gruppe.



VERANTWORTLICHE UNTERNEHMENSLEITUNG

Verantwortungsvolle Führung ist die Grundlage für ethisches Geschäftsverhalten, organisatorische Resilienz und die langfristige Wertschöpfung. Sie ist die Voraussetzung für eine effektive, transparente und faire Unternehmensführung und der wichtigste Faktor für die Ausrichtung unserer Praktiken auf unsere ESG-Verpflichtungen.

Eine starke und vorbildliche Führung stärkt das Vertrauen der Stakeholder, verankert ethisches Verhalten in der Unternehmenskultur und richtet Entscheidungen auf nachhaltige Wirkung aus.

ANSATZ

Verantwortungsvolle Führung umfasst interne Unternehmensführung, externe Rechenschaftspflicht und das Engagement gegenüber den Stakeholdern. Die Verantwortung unserer Führungskräfte ist in der Ethik-Charta und der Whistleblower-Richtlinie festgeschrieben, die zusammen einen klaren Rahmen für Anforderungen und Rechtsbehelfe bilden.

Unsere Schulungsprogramme für Führungskräfte umfassen Managemententwicklung, Prävention von Belästigung, Sensibilisierung für Umweltfragen sowie alle Verhaltensweisen, die in einer ethischen und nachhaltigen Organisation erwartet werden.

FORTSCHRITTE

Im Jahr 2025 hat unser Engagement für eine verantwortungsvolle Führungsrolle zu mehreren konkreten Fortschritten geführt:

- Der Leitfaden für Führungskräfte, das zentrale Referenzinstrument für sämtliche Führungskräfte unserer Gruppe, wurde finalisiert und wird Anfang 2026 veröffentlicht.
- Darüber hinaus wurde unser internes Kontroll- und Auditsystem auf Gruppenebene weiter gestärkt, wodurch unsere Fähigkeit ausgebaut wurde, Compliance gezielt zu steuern und Risiken proaktiv zu identifizieren.
- Unser Verwaltungsrat wurde zudem durch ein neues Mitglied mit Spezialisierung auf Risikomanagement und interne Kontrollsysteme erweitert – eine wertvolle Expertise, die unsere Governance stärkt und gleichzeitig die weibliche Vertretung innerhalb des Gremiums verbessert.

FOKUS auf die Initiativen 2025



NICOLE BEINER

Mitglied des Verwaltungsrats

„Ich bin überzeugt, dass eine solide ESG-Strategie auf robusten Mechanismen in den Bereichen Governance, Risikomanagement und interne Kontrolle beruhen muss. Durch die Stärkung dieser Bereiche können wir das Wachstum der Gruppe fördern und gleichzeitig einen nachhaltigen, kohärenten und glaubwürdigen Ansatz gegenüber allen Stakeholdern gewährleisten.“

PERSPEKTIVEN 2026

- Abschluss der Weiterentwicklung unseres Risikosteuerungssystems sowie Einführung eines gruppenweiten Referenzrahmens für interne Audits.
- Automatisierung der Erhebung von ESG-Daten, insbesondere jener des Bereichs „Die Menschen“, dank der abgeschlossenen Digitalisierung unserer administrativen HR-Prozesse.
- Einführung von Leadership-Programmen, erweitert um Module zu ESG und Ethik, um diese Themen noch stärker in der Führungskultur und den Managementpraktiken zu verankern.
- Formalisierung und Unterzeichnung eines Verhaltenskodexes von Sandoz Foundation Hotels durch den Verwaltungsrat sowie die Geschäftsleitungen der Gruppe und der Hotels, um unseren gemeinsamen Rahmen in den Bereichen Ethik, Integrität und verantwortungsvolle Governance weiter zu stärken.

ANHÄNGE

Noura Ait-Hadi (Empfang, CHO und ANG)

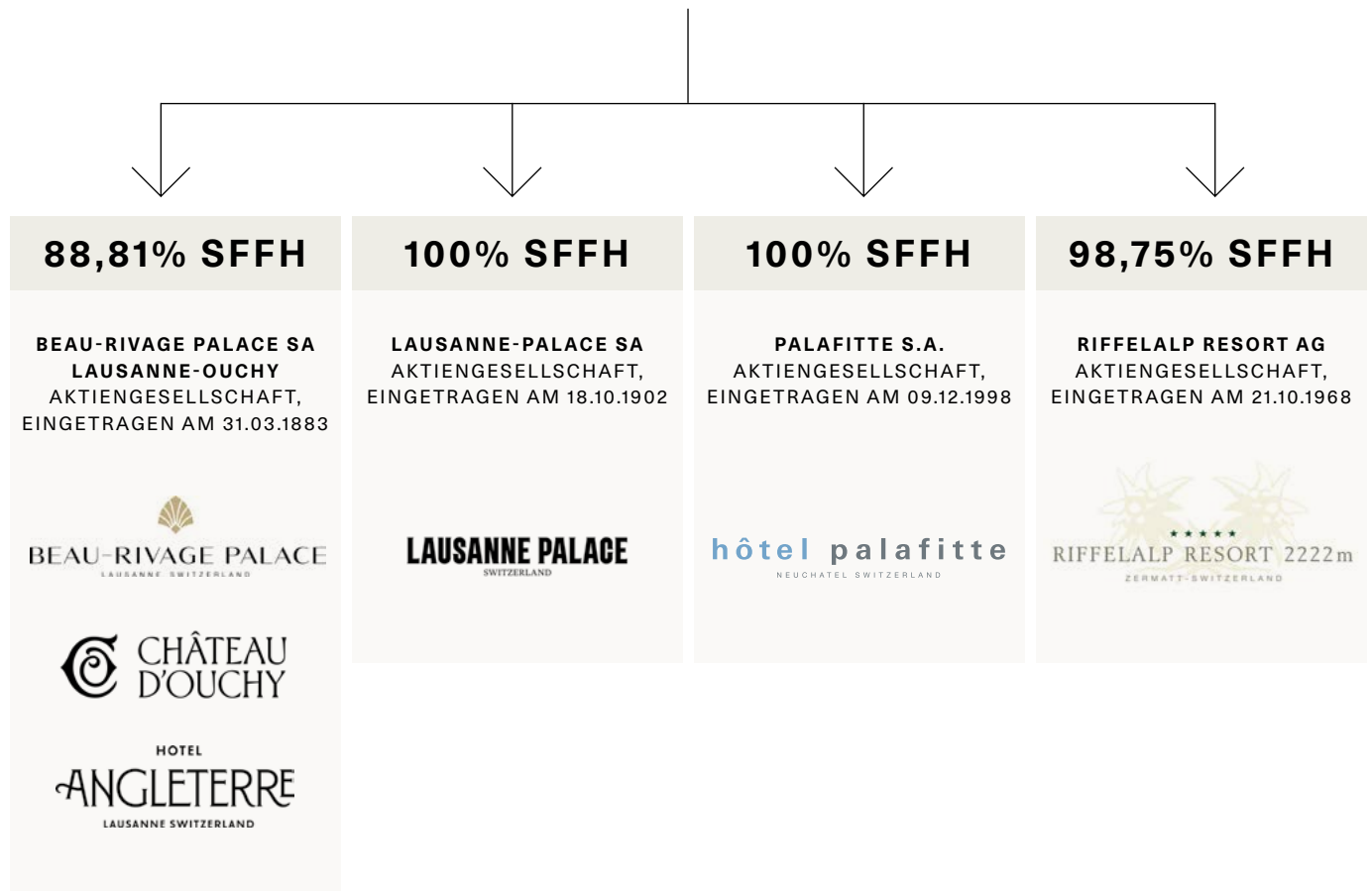


A.1 RECHTLICHE ORGANISATION

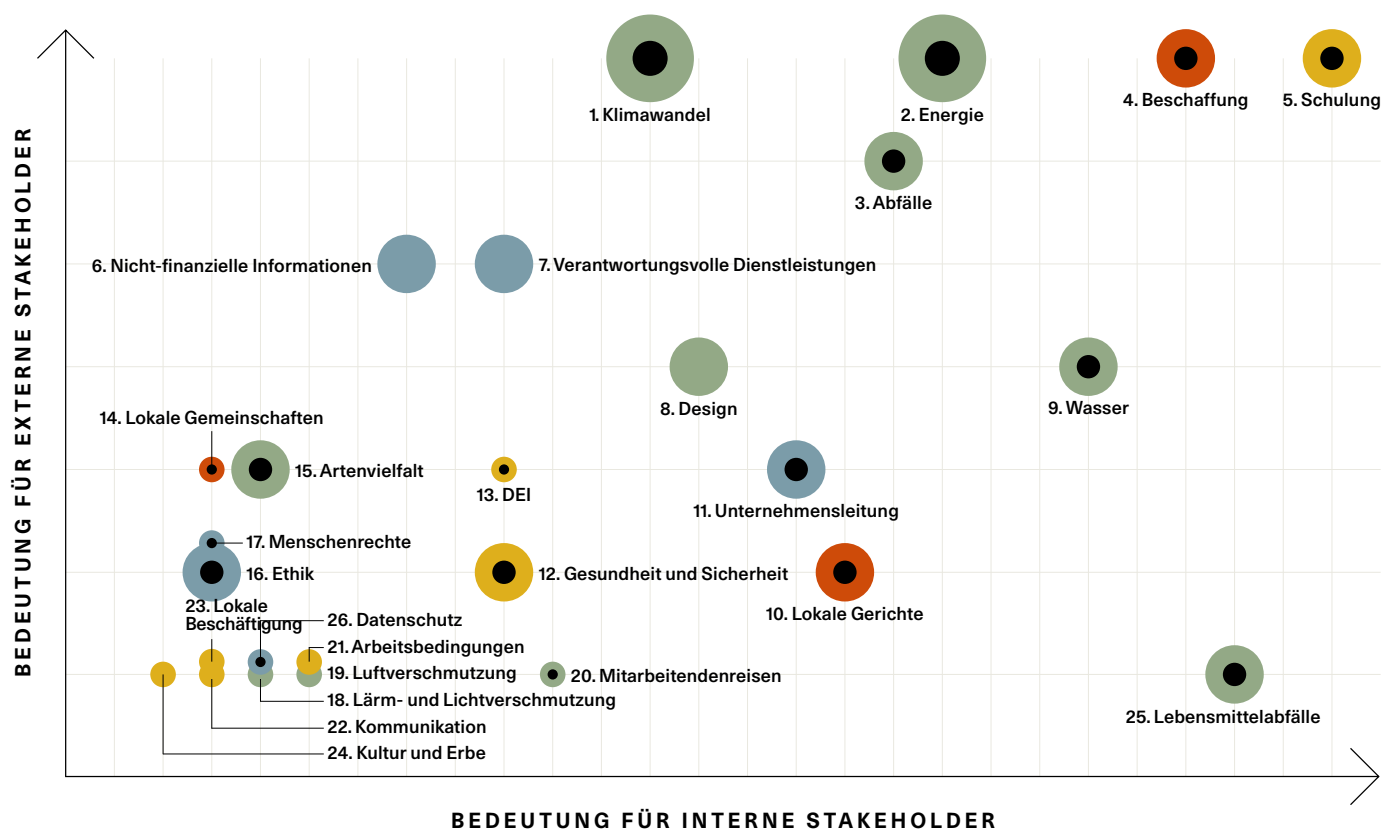


SANDOZ FOUNDATION HOTELS (SFH)

EINGETRAGENE MARKE VON
SANDOZ FONDATION DE FAMILLE HOLDING S.A. (SFFH)
 AKTIENGESELLSCHAFT, EINGETRAGEN AM 30.09.1980



A.2 WESENTLICHKEITSANALYSE SFH – 2023



1	Klimawandel	14	Lokale Gemeinschaften
2	Reduktion des Energiebedarfs	15	Artenvielfalt
3	Abfallreduzierung und -management	16	Ethik und Integrität im Unternehmen
4	Verantwortungsvolle Beschaffung	17	Verantwortungsvolles Management der Menschenrechte
5	Schulung und Anerkennung	18	Lärm- und Lichtverschmutzung
6	Integration nicht-finanzieller Informationen	19	Umweltauswirkungen des Betriebs
7	Angebot und Positionierung verantwortungsvoller Dienstleistungen	20	Mitarbeitermobilität
8	Nachhaltigkeit im Design und Bau	21	Arbeitsbedingungen und finanzielle Absicherung der Mitarbeitenden
9	Nachhaltiges Wassermanagement	22	Stakeholderdialog
10	Lokale, saisonale und nachhaltige Lebensmittel	23	Lokale Beschäftigung
11	Verantwortliche Unternehmensleitung und transparente Governance	24	Schutz von Kulturerbe und lokaler Kultur
12	Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	25	Lebensmittelverschwendung
13	Vielfalt, Inklusion und Chancengleichheit	26	Datensicherheit und Datenschutz

A.3 ÜBEREINSTIMMUNG ZWISCHEN UNSEREN CSR-PFEILERN UND DEN UN-ZIELEN (SDGS)



	DER PLANET			DIE MENSCHEN			DIE GEMEINSCHAFTEN		GOVERNANCE	
	Klimawandel, Energie und Wasser	Abfallreduzierung	Artenvielfalt	Diversität und Inklusion	Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden	Schulung und Entwicklung	Verantwortungsvolle Beschaffung	Regionale Partnerschaften	Unternehmensethik und -integrität	Verantwortliche Unternehmensleitung
1 NO POVERTY				●						
2 ZERO HUNGER		●								
3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	●	●	●		●					
4 QUALITY EDUCATION				●		●				
5 GENDER EQUALITY				●		●				
6 CLEAN WATER AND SANITATION	●	●								
7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY	●									
8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH				●	●	●	●			
9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	●	●					●			
10 REDUCED INEQUALITIES				●		●				
11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	●	●			●		●	●		
12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	●	●					●			
13 CLIMATE ACTION	●	●	●				●			
14 LIFE BELOW WATER	●	●	●				●			
15 LIFE ON LAND	●	●	●				●			
16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS				●	●		●		●	●
17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS	●	●						●	●	●

A.4 METHODIK ZUR ERFASSUNG VON TREIBHAUSGASEMISSIONEN

Die Treibhausgasemissionen wurden in Übereinstimmung mit dem Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard sowie dem GHG Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Standard berechnet.

Der Berichtsumfang umfasst alle Hotels, die im Berichtsjahr unter der operativen Kontrolle von Sandoz Foundation Hotels standen. Nicht enthalten sind Gebäude, die nicht zum eigentlichen Hotelbetrieb gehören.

Scope 1

Die Scope-1-Emissionen umfassen direkte Emissionen im Zusammenhang mit der stationären und mobilen Verbrennung von Kraftstoffen. Die Daten zum Kraftstoffverbrauch – insbesondere Erdgas, Diesel, Flüssiggas, Benzin und Schweröl – werden in die CO₂-Berechnungsplattform EarthCheck integriert. Diese rechnet die verbrauchten Mengen in Energieeinheiten (MJ) um und berechnet anschließend die damit verbundenen fossilen Emissionen von CO₂, CH₄ und N₂O anhand international anerkannter Emissionsfaktoren und Treibhauspotenziale.

Die biogenen CO₂-Emissionen, die mit dem biobasierten Anteil der Kraftstoffe verbunden sind, werden gemäß den Empfehlungen des GHG-Protokolls aus der Scope-1-Gesamtmenge ausgeschlossen und separat ausgewiesen. Sie werden manuell unter Verwendung anerkannter biogener Emissionsfaktoren berechnet.

Scope 2

Die Scope-2-Emissionen umfassen die indirekten Emissionen, die mit dem im Portfolio bezogenen und verbrauchten Strom verbunden sind. Die Stromverbrauchsdaten sowie die spezifischen Emissionsfaktoren der Energieversorger werden in die EarthCheck-Plattform integriert, um die Scope-2-Emissionen zu berechnen. Wenn keine versorgerspezifischen Faktoren verfügbar sind, werden gegebenenfalls Emissionsfaktoren aus dem Restmix oder dem nationalen Netz herangezogen (dies ist beispielsweise beim Hotel Riffelalp der Fall, das einen lokalen Versorger in Zermatt hat).

Scope 3

Die Scope-3-Emissionen werden anhand einer Kombination aus verschiedenen Methodiken berechnet, die auf Tätigkeitsdaten, Massendaten, hybriden Ansätzen und monetären Ansätzen (spend-based) basieren, je nach Verfügbarkeit und Wesentlichkeit der Daten. Die Emissionsfaktoren stammen aus international anerkannten Datenbanken und Referenzsystemen, darunter:

- DEFRA/BEIS-Emissionsfaktoren;
- die Richtlinien des IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change);
- die EXIOBASE-Datenbank;
- die Datenbanken der EPA (Environmental Protection Agency);
- Ecoinvent;
- Climatiq;
- CarbonCloud;
- IFEU;
- sowie wissenschaftliche, peer-reviewte Publikationen.

Sofern Primärdaten zur Aktivität vorlagen, wurden Ansätze bevorzugt, die auf Massen- oder Aktivitätsdaten basierten. Ausgabenbasierte Emissionsfaktoren wurden herangezogen, wenn keine detaillierteren Daten verfügbar waren. Für bestimmte Kategorien wurden zudem hybride Ansätze angewendet, die Kaufdaten mit repräsentativen Produktkategorien kombinierten.

Datenqualität und zugrunde liegende Annahmen

Die SFH-Gruppe wendet die Grundsätze des GHG Protocol zur Erfassung von Treibhausgasen an: Relevanz, Vollständigkeit, Konsistenz, Transparenz und Genauigkeit.

Die Datenqualität variiert je nach Scope-3-Kategorie aufgrund unterschiedlicher Reifegrade der Lieferanten und der Datenverfügbarkeit. In einigen Fällen wurden Annahmen, Ersatzdaten oder durchschnittliche sektorale Emissionsfaktoren herangezogen. Die SFH-Gruppe ist sich bewusst, dass monetäre (spend-based) Methoden sowie Input-Output-Datenbanken zu einer höheren Unsicherheit führen können, insbesondere wenn sektorale Durchschnittswerte angewendet werden.

Die Methodik und die Emissionsfaktoren werden sich schrittweise weiterentwickeln, entsprechend der Verbesserung der Datenqualität, der Veröffentlichung neuer wissenschaftlicher Referenzen und der zunehmenden Reife des internen Prozesses.

A.5 INDEX GRI-STANDARDS

Dieser GRI-Inhaltsindex wird in englischer Sprache dargestellt, um die Übereinstimmung mit den GRI-Standards zu gewährleisten und das Verständnis zu erleichtern:

This GRI content index has been prepared with reference to the GRI Standards 2021. It covers disclosures relating to the organisation, governance, strategy, stakeholder engagement and the material topics aligned with our four CSR pillars. As Sandoz Foundation Hotels group is made up of four distinct legal entities, we have used separate columns, where relevant, to distinguish information specific to each one.

Organisation and its Reporting Practices					
2-1a	Legal name	Sandoz Foundation Hotels is made up of four legal entities. All entities are managed at a group level by the same standards described in the report.			
		Beau-Rivage Palace SA Lausanne-Ouchy.	Lausanne Palace SA.	Palafitte SA.	Riffelalp Resort AG.
2-1b	Ownership and legal form	Public limited company registered on 31.03.1883.	Public limited company registered on 18.10.1902.	Public limited company registered on 09.12.1998.	Public limited company registered on 21.10.1968.
2-1c	Location of headquarters	Lausanne, Switzerland.	Lausanne, Switzerland.	Pully, Switzerland.	Zermatt, Switzerland.
2-1d	Countries of operation	Switzerland.			
2-2.	Entities included in sustainability reporting	Beau-Rivage Palace SA Lausanne-Ouchy, Lausanne Palace SA, Palafitte SA, Riffelalp Resort AG; all entities are managed at a group level by the same standards described in the report.			
2-3a, b	Reporting period and frequency	1st January 2025 to 31st December 2025, annual.			
2-3c	Report publication date	30th June 2026.			
2-3d	Contact point for questions regarding the report	Jennifer Roux (Sustainability Manager), rse@sandoz-hotels.ch.			
2-4.	Restatements of information	No restatements of information reported in previous reporting periods were made during the reporting year. Certain methodologies and data collection processes were improved in 2025; however, historical data could not be recalculated due to data availability limitations. They are explained pages 20 - 21 and 80.			
2-5.	External assurance	None.			
2-6.	Activities, value chain and other business relationships	Active in hospitality sector, see pages 7 - 10, 59 - 61 (supply chain), 62 - 69 (local partnerships).			
2-7.	Employees	Pages 7 and 37, data reported as head count.			
2-8.	Workers who are not employees	Page 7.			
Governance					
2-9.	Governance structure	Page 12-13: this governance structure is applied at a group-level. The executive committee reports to the highest governance body which is our board of directors, via our CEO, and during board meetings. This board of directors is the same for all legal entities (with the exception of Riffelalp Resort AG who has one additional member).			
2-10a	Nomination and selection of the highest governance body	Every year, during the General Assembly, the members are elected or re-elected for all companies. The mandates are always for one year.			
2-10b	Criteria for nominating and selecting highest governance body members	Confidential.			
2-11.	Chair of the highest governance body	Onno Poortier - Chairman of the Board.			
2-12.	Role of highest governance body in overseeing the management of impacts	Approval on an annual basis of the strategic plans of the hotels (including CSR strategy at a group level). Reviewal of progress three times a year during board meetings. Elaboration of long-term business plans with the Executive Management Committee of the hotels.			

A.5 INDEX GRI-STANDARDS

2-13.	Delegation of responsibility for managing impacts	The CEO is responsible for implementing any strategic decisions taken by the Board, including those related to sustainability and ESG impacts. Operational responsibility is delegated to the executive committee of each legal entity, and, depending on the topic, to specific managers. Coordination of sustainability topics takes place at the group level to ensure alignment across all legal entities.
2-14.	Role of the highest governance body in sustainability reporting	Approval and review.
2-15.	Conflicts of interest	Ethics charter & ethics council for the hotel group applies to our Board members as well.
2-16.	Communication of critical concerns	Issues of critical concern are communicated on a quarterly basis during board meetings, or by our CEO when needed.
2-17.	Collective knowledge of the highest governance body	Members of the Board bring diverse expertise in hospitality, finance, operations, and strategy. While there is no formal ESG training program currently in place for Board members, they are regularly briefed on key sustainability topics by the executive committee, and ESG issues are included in strategic planning discussions.
2-18.	Evaluation of the performance of the highest governance body	Specific to each legal entity and confidential.
2-19.	Remuneration policies	Board members receive a fixed annual remuneration. There are no variable or performance-based components. Remuneration is set based on the role and responsibilities of each member.
2-20.	Process to determine remuneration	Board member remuneration is determined by the ultimate shareholder.
2-21.	Annual total compensation ratio	Not available.
Strategy		
2-22.	Statement on sustainable development strategy	Pages 3, 6, 7, 8 and 11.
2-23.	Policy commitments	Pages 12 - 14 (Sustainable Frameworks), 72 - 73 (Business Ethics), and within each material topic subsection where relevant.
2-24.	Embedding policy commitments	Pages 12 - 14 (Sustainable Frameworks), 59 - 61 (Supply Chain), 72 - 73 (Business Ethics), and within each material topic subsection where relevant.
2-25.	Processes to remediate negative impacts	Details within each material topic subsection on the management and remediation of actual and potential impacts.
2-26.	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	Pages 72 - 73 (Business Ethics): we have a whistleblowing policy.
2-27.	Compliance with laws and regulations	Operations were fully compliant: no fines or non-monetary sanctions during 2025 (page 73).
2-28.	Membership associations	Page 10: our hotels are part of different industry affiliation programs and sustainability programs and organizations. Our hotels are also members of industry organizations at a national-level (Swiss Tourism, Hotelleriesuisse, GastroSuisse) and state-level (Lausanne Tourism, Zermatt Tourism, Jura Trois-Lacs, GastroVaud / GastroNeuchâtel / GastroValais).
Stakeholder engagement		
2-29.	Approach to stakeholder engagement	Appendix A.2 page 78 (Materiality), Appendix A.6 page 86 (Table of Stakeholder Engagement Platforms) & pages 11 (Framework), 12 - 13 (Governance & Feedback Mechanism), 62 - 68 (Regional Partnerships), 74 (Leadership) describe our approach to and engagement with Stakeholders as a core component of our sustainability strategy
2-30.	Collective bargaining agreements	Page 37 (National Collective Labour Agreement for hotels, restaurants and cafes – called CCNT in French, CLA in English and L-GAV in German).
Disclosures on material topics		
3-1.	Process to determine material topics	Page 11 & Appendix A.2 page 78. The detailed methodology remains unchanged from 2024; refer to the 2024 ESG Report for the full description.
3-2.	List of material topics	Page 11. See Appendix A.2 (page 78) of this report for detailed list - remains unchanged from 2024.
3-3.	Management of material topics	Page 11, and within each material topic subsection.

A.5 INDEX GRI-STANDARDS

Material topics - Environmental		
Climate Change, Energy and Water		
103-3	Management of material topics	Pages 17 - 24.
302-1	Energy consumption within the organisation	Pages 18 - 19.
302-2	Energy consumption outside the organisation	Reported as part of Scope 3 emissions, pages 21 and 80.
302-3	Energy intensity	Pages 18 - 19.
302-4	Reduction of energy consumption	Pages 18 - 19 and 24.
305-1	Direct (Scope 1) GHG Emissions	Pages 20 - 21.
305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG Emissions	Pages 20 - 21.
305-3	Other indirect (Scope 3) GHG Emissions	Page 21.
305-4	GHG emissions intensity	Page 20.
305-5	Reduction of GHG emissions	Pages 20, 21, and 24.
305-6	Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	Our operations are free from ozone-depleting substances (ODS) such as CFCs.
305-7	Nitrogen oxides, sulfur oxides and other significant air emissions	Not reported.
303-1	Water withdrawal by source	Page 23.
303-2	Water sources significantly affected by withdrawal of water	Information not available, but not water extracted from high-stress areas.
303-3, 5	Water withdrawal and water consumption	Page 23.
Waste		
103-3	Management of material topics	Pages 25 - 29.
306-2	Management of significant waste-related impacts	Pages 25 - 26.
306-3	Waste generated	Pages 25 - 26.
306-4	Waste diverted from disposal	Page 26.
306-5	Waste directed to disposal	Page 26.
Biodiversity		
103-3	Management of material topics	Pages 30 - 33.
304-1	Operational sites in or adjacent to protected areas and areas of high biodiversity value	Page 30 - 31.
304-2	Significant impacts of activities, products and services on biodiversity	We apply the precautionary principle to minimise impact, supported by projects with local community partners to protect habitat. We are finalizing a detailed assessment of biodiversity (species and ecosystems) and potential risks, impacts and opportunities in 2026.
304-3	Habitats protected or restored	Pages 32 - 33.
304-4	IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations	Information not yet available; biodiversity strategy and KPIs planned for 2026, pages 32 - 33.
	Sustainable certified fish (%)	Page 31: we track this metric as a measure to reduce possible impact.
	Palm oil-free products (%)	Page 31: we track this metric as a measure to reduce possible impact.

A.5 INDEX GRI-STANDARDS

Material topics - Social		
Diversity and Inclusion		
103-3	Management of material topics	Pages 36 - 39.
405-1	Diversity of governance body and employees	Page 37.
405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	Page 37.
Health, Safety and Well-being		
103-3	Management of material topics	Pages 40 - 42.
403-1	Occupational health and safety management system	Pages 40 - 42.
403-9	Work-related injuries	Page 42.
403-3	Occupational health services	Pages 40 - 42.
Training and Recognition		
103-3	Management of material topics	Pages 43 - 47, plus recognition pages 48 - 56.
404-1	Average hours of training per year per employee	Page 44.
404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	Page 43 - 47.
401-1	New employee hires and employee turnover	Page 44.
Material topics - Community		
Responsible Purchasing		
103-3	Management of material topics	Page 59 - 61.
204-1	Proportion of spending on local suppliers	Page 4 and 60, defined as Swiss, with plans to measure and increase local procurement.
414-1	New suppliers that were screened using social criteria	Pages 59 - 60.
414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	None.
408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labour	None.
409-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labour	None.
Regional Partnerships		
103-3	Management of material topics	Pages 62 - 69.

A.5 INDEX GRI-STANDARDS

Material topics - Governance		
Business Ethics and Integrity		
103-3	Management of material topics	Pages 72 - 73.
205-1	Operations assessed for risks related to corruption	Corruption risks are managed through the Group's ethics, compliance and governance processes, including the Ethics Charter, whistleblowing mechanism and compliance monitoring.
205-2	Communication and training about anti-corruption	No formal trainings, communication via our Ethics Charter published in 2024. See pages 72 - 73, and leadership training page 75.
205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	No reported incidents of corruption or attempted corruption (page 73).
Responsible Leadership		
103-3	Management of material topics	Pages 74 - 75.

A.6 TABELLE DER DIALOGPLATTFORMEN MIT DEN STAKEHOLDERN

Stakeholder Gruppe	BETROFFENE PUNKTE	KOMMUNIKATIONS-KANÄLE	HÄUFIGKEIT DER INTERAKTION
Mitarbeitende (aktuelle)	Fairer Lohn, berufliche Weiterentwicklung, Wohlbefinden, DEI, sinnvolle Arbeit	Onboarding, CSR-Beschilderung im gesamten Hotel, interne Meetings, interne Kommunikations-App, interne und externe Social-Media-Kanäle, E-Mails und Newsletter, spezifische Nachhaltigkeits-schulungen, Zufriedenheitsumfrage, Presse, Veranstaltungen und interne Animationen	Täglich offene Kommunikationskanäle verfügbar, jährliche formelle Umfrage
Mitarbeitende (zukünftige)	Fairer Lohn, berufliche Weiterentwicklung, Wohlbefinden, DEI, sinnvolle Arbeit	Externe Social-Media-Kanäle, Jobmessen, E-Mails, Presse, Website	Je nach Bedarf
Gäste	Hochwertiger Service, Nachhaltigkeit, ethische Beschaffung, Wohlbefinden und Sicherheit; Entdeckung der einzigartigen Elemente des Reiseziels	Reservierungsbestätigungen, E-Mails, Interaktionen mit Mitarbeitenden, Umfragen zur Gästezufriedenheit, Informationen zur Nachhaltigkeit in den Zimmern, auf der Website, in externen sozialen Medien, in Newslettern, CSR-Beschilderung im gesamten Hotel, Presse, Veranstaltungen	Permanente Kommunikation für die interne Beschilderung, systematische digitale Kommunikation (projektbezogene Inhalte und Branding), monatliche E-Mails, formelle Umfragen nach jedem Aufenthalt
Reisebüros & Destination Management Companies (DMCs)	Berücksichtigung der Anliegen der Gäste und Mehrwert im Vergleich zu Mitbewerbern	Verkaufsmessen, E-Mails, Broschüren, Verkaufsgespräche, Presse	Je nach Bedarf
Lieferanten	Langfristige Partnerschaften, faire Zahlungsbedingungen, Transparenz, nachhaltige Beschaffung	Interaktion mit dem Einkaufsteam, Einkaufsrichtlinien, Lieferantenaudits, Lieferantenworkshops, gezielte Kommunikation, Presse, Veranstaltungen	Vertraglich und jährlich für Audits
Partnerschaften mit Gemeinden	Ökonomische Beiträge, lokale Arbeitsplätze, Erhaltung und Förderung der lokalen Kultur und Umwelt, Unterstützung regionaler Vereine in den Bereichen Kultur, Inklusion und Kinderprojekte.	ESG-Bericht, kulturelle Veranstaltungen, ehrenamtliche Tätigkeiten, Bartergeschäfte, Multikanal-Eventkommunikation der Hotels	Projektbasierte, kontinuierliche Beziehungen zu den Gemeinden
Regierungs- und Aufsichts-behörden	Einhaltung gesetzlicher Vorschriften, Transparenz, steuerliche Abgaben, nachhaltiger Tourismus	Reporting, Teilnahme an Branchenkonsultationen, jährliche Zertifizierungsaudits (z. B. EarthCheck-Nachhaltigkeitsaudits, Hygieneaudits, Qualitätsaudits, Sicherheitsaudits und mehr)	Je nach Bedarf
Branchen-verbände & Qualitätszertifizierungsstellen	Austausch von Best Practices, gemeinsame Interessenvertretung, Innovation und Inklusion im Gastgewerbe	Jährliche Treffen und Rundtischgespräche, Kooperationsinitiativen, Qualitäts- und Barrierefreiheitsprüfungen, E-Mails, digitale Kommunikationsplattformen	Je nach Bedarf Jährliche Qualitätsaudits und alle fünf Jahre Ranking-Audits
NGOs	Klimaschutz, Schutz der Artenvielfalt, nachhaltige Betriebsabläufe	ESG-Bericht	Je nach Bedarf
Eigentümer / Verwaltungsrat	Finanzielle Performance, Reputation, ESG-Risikomanagement, langfristige Strategie, HR-Performance	Verwaltungsratssitzungen, ESG-Berichte, externe Newsletter, Interaktion mit den Mitarbeitenden	Regelmäßige Kommunikation. Vierteljährliche (BRP SA, LPA SA, PAL SA) oder halbjährliche (RIF AG) Verwaltungsratssitzungen

A.7 ABKÜRZUNGEN UND EINHEITEN

AG	Aktiengesellschaft	IMD	International Institute for Management Development
AI Vaud	Assurance-invalidité du canton de Vaud – Invalidenversicherung des Kantons Waadt	IPCC	Intergovernmental Panel on Climate Change – Weltklimarat
ANG	Hôtel Angleterre	ISO	International Organization for Standardization – Internationale Organisation für Normung
BRP	Beau-Rivage Palace	IT	Informationstechnologie
BRP SA	Beau-Rivage Palace SA Lausanne-Ouchy – juristische Einheit einschließlich BRP, ANG und CHO	IUCN	International Union for Conservation of Nature – Weltnaturschutzunion
CEO	Chief Executive Officer – Vorsitz der Geschäftsleitung	kgCO₂e	Kilogramm CO ₂ -Äquivalent
CFCs	Chlorofluorocarbons – Fluorchlorkohlenwasserstoffe (FCKW)	KPI	Key Performance Indicator – Leistungskennzahl
CH₄	Methan	L	Liter
CHF	Schweizer Franken	L-GAV	Landes-Gesamtarbeitsvertrag des Gastgewerbes
CHO	Château d'Ouchy	Logib	Analyseinstrument des Bundes zur Überprüfung der Lohngleichheit
CLA	Collective Labour Agreement – englische Bezeichnung des L-GAV	LPA	Lausanne Palace
CO₂	Kohlendioxid	m²	Quadratmeter
CO₂e	CO ₂ -Äquivalent	m³	Kubikmeter
CSR	Corporate Social Responsibility – gesellschaftliche Unternehmensverantwortung	MJ	Megajoule
D'CLIC	Internes Mitarbeitendenkomitee	N₂O	Distickstoffmonoxid (Lachgas)
DEFRA/BEIS	Department for Environment, Food & Rural Affairs / Department for Business, Energy & Industrial Strategy	NGO	Non-Governmental Organisation – Nichtregierungsorganisation
DEI	Diversity, Equity & Inclusion – Diversität, Chancengerechtigkeit und Inklusion	ODS	Ozone-Depleting Substances – ozonschichtabbauende Stoffe
DMC	Destination Management Company – Destinationsmanagement-Unternehmen	OK:GO	Schweizer Initiative zur Bereitstellung von Informationen zur Barrierefreiheit
EHL	EHL Hospitality Business School (ehemals École hôtelière de Lausanne)	PAL	Hôtel Palafitte
EPA	Environmental Protection Agency – US-Umweltschutzbehörde	RIF	Riffelalp Resort 2222m
ESG	Environmental, Social and Governance – Umwelt, Soziales und Unternehmensführung	SA / S.A.	Société anonyme – Aktiengesellschaft
EXIOBASE	Internationale umweltökonomisch erweiterte Input-Output-Datenbank	SDGs	Sustainable Development Goals – Ziele für nachhaltige Entwicklung
F&B	Food & Beverage – Speisen und Getränke	SFFH	Sandoz Fondation de Famille Holding S.A.
GHG	Greenhouse Gases – Treibhausgase	SFH	Sandoz Foundation Hotels
GJ	Gigajoule	SUVA	Schweizerische Unfallversicherungsanstalt
GRI	Global Reporting Initiative	tCO₂e	Tonne CO ₂ -Äquivalent
HEC	Hautes Études Commerciales – wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Universität Lausanne	UMS	Umweltmanagementsystem
HR	Human Resources – Personalwesen	UN	United Nations – Vereinte Nationen
HRIS	Human Resources Information System – Personalinformationssystem	UNIL	Université de Lausanne – Universität Lausanne
IFEU	Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg		

IMPRESSUM

Bildnachweise

Mike Wolf: 1, 46 (unten), 50, 51, 52, 53, 54

Anthony Demierre: 65 (oben)

Sébastien Agnetti: 63

Anoush Abrar: 3

Enric Sanchez: 22

Riffelalp Resort: 28 (links)

Sandoz Foundation Hotels: 5, 13, 15, 28 (rechts),
31, 33, 34, 38, 41, 42, 45, 46 (oben), 47, 55,
57, 60, 61, 64, 65 (unten), 66, 67, 68, 69, 70, 73, 76

DR: 75

Design

Atelier Cocchi, Lausanne



LAUSANNE BEAU-RIVAGE PALACE – LAUSANNE PALACE
CHÂTEAU D'OUCHY – HÔTEL ANGLETERRE **NEUCHÂTEL** HÔTEL PALAFITTE
ZERMATT RIFFELALP RESORT 2222M

EINE VON DER CSR-ABTEILUNG KOORDINIERT PUBLIKATION
JUNI 2026

RSE@SANDOZ-HOTELS.CH
CHEMIN DE BEAU-RIVAGE 21 CH-1006 LAUSANNE