
GEMEINWOHL-BERICHT BURG LENZEN/ELBE

UNTERNEHMEN

TÄTIGKEITSBEREICH

Das Burghotel Lenzen liegt inmitten des Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe am Rande der Stadt Lenzen einer der 20 Städte Brandenburgs mit historischem Stadtkern, ca. 1 km Luftlinie von der Elbe an der Löcknitz, einem kleinen Nebengewässer der Elbe. Der BUND Landesverband Niedersachsen e.V. (BUND) erbt die stark heruntergekommene Immobilie im Jahre 1993 und baute sie in Kooperation mit einem vom Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. und örtlichen Stakeholdern vor Ort gegründeten Trägerverbund Burg Lenzen e.V. (TVBL) in mehreren Bauabschnitten zur zentralen Besucherinformation des Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe Brandenburg sowie zum bundesweiten Auenökologischen Zentrum des BUND und zu einer Besucherinformation (eröffnet 2003) sowie zu einem Tagungszentrum mit 42 Zimmern (davon 10 auf der Burg und 32 Zimmer im Gästehaus der ehemaligen Burgschule aus.

Zur Abwicklung des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs Hotel und Restaurant Burg Lenzen setzte der BUND LV Niedersachsen e.V. 2007 die Natur und Umwelt Verlags und Service GmbH ein.

Zur Burg gehören 5 ha Burgpark mit altem Baum- und Obstbaumbestand die ebenso in weiten Teilen biozertifiziert sind wie die zugehörige an den Burgpark angrenzende 1 ha große Streuobstwiese. Aus dem biozertifizierten Burgpark und der Streuobstwiese werden in der Saison z.B. Äpfel, Birnen, Quitten, Brombeeren, Rosenblüten sowie diverse Gartenkräuter in der Gastronomie verarbeitet.

Der BUND LV Niedersachsen e.V. und der Trägerverbund Burg Lenzen besitzen weitere rd. 100 ha landwirtschaftliche Nutzfläche in Burgnähe und in der Nähe der Elb-Rückdeichung bei Lenzen. Diese Flächen sind derzeit verpachtet und werden von dem Pächter teilweise biologisch bewirtschaftet (Biopark).

Burg Lenzen ist auf den Ursprüngen einer slawischen Fliehburg errichtet und ist Bau-, Boden-, und Gartendenkmal.

Die Natur +Umwelt GmbH des BUND hat die Gebäulichkeiten Burg und die zum Gästehaus ausgebaute ehemalige Burgschule seit 2007 vom Trägerverbund Burg

Lenzen gegen ein geringes Entgelt gepachtet, der neue Wintergartenanbau wurde im Jahr 2015 auf Rechnung der N+U GmbH errichtet.

Der Umsatz der N+U GmbH besteht überwiegend aus dem Bereich Hotel und Gastro, zu einem kleinen Teil aus dem Energieweiterverkauf aus dem Betrieb von 2 Blockheizkraftwerken an den Trägerverbund Burg Lenzen. Daneben vertreibt die N+U GmbH in geringem Umfang Umwelt- und Naturschutzinformationsmaterialien für den BUND LV Niedersachsen.

Vor Ort erfolgt eine enge Zusammenarbeit mit dem gemeinnützigen Trägerverbund Burg Lenzen e.V. (TVBL), der die zentrale Informationseinrichtung des Biosphärenreservates Flusslandschaft Elbe, Brandenburg sowie das Europäische Auenökologische Zentrum des BUND auf der Burg führt. Fachkundige Naturführungen in die Umgebung sind auf diese Weise ein fester Baustein für die Gäste der Burg.

TVBL und BUND haben nach 12 jähriger Projektlaufzeit 2010 die erste große Rückdeichung der Bundesrepublik Deutschland fertiggestellt (420 ha Elbvorland wurden wieder neu geschaffen) und gerade wird ein zweites Rückdeichungsprojekt in ebengleichem Umfang wenige Kilometer elbauswärts durchgeführt. Weitere Projekte des TVBL sind z. B. „Erlebnis Grünes Band“ oder das Anlegen von Teichen zur Nahrungsverbesserung der Storchenpopulation, das Erforschen von Ökosystemdienstleistungen u. a. m., die u. a. aus der kleinen Pacht des Biohotels an den TVBL mitfinanziert werden.

Ein herausragendes Merkmal des Standortes Lenzen ist die mitten in Deutschland gelegene naturnahe Kulturlandschaft des UNESCO-Biosphärenreservats Flusslandschaft Elbe fernab von Hauptverkehrswegen, was für die Gäste eine ungewöhnliche Möglichkeit der Erholung mit Ruhe und Stille in unserer verlärmten, hektischen Alltagswelt bedeutet.

Burg Lenzen ist eine Fahrtziel Natur Destination der Deutschen Bahn. Zusammen mit dem Trägerverbund Burg Lenzen lenken wir auf diese Weise und über die Naturschutzprojekte des BUND immer wieder das Auge der Medien auf diesen einzigartigen Naturraum „Auenland Elbe“.

Ansprechpartner ist der Geschäftsführer der N+U GmbH:

Carl-Wilhelm Bodenstern-Dresler, Goebenstraße 3a, 30161 Hannover 0511-96569-0

und vor Ort der Küchenchef:

Knut Jessen, Burgstraße 3, 19309 Lenzen/Elbe, 038792-5078-300

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Hotel- Urlaub und Tagen	45 %
Restaurant- Biogastronomie und Feiern	55 %

ALLGEMEINE INFOS

- BioHotel und Gastronomie Burg Lenzen
- Natur und Umwelt Verlags-und Service GmbH
- Ca. 20 MitarbeiterInnen, tlw. Teilzeit, keine Saison-MAs, 5-7 Aushilfen (SchülerInnen)
- Umsatz: ca.700.000.-
- Gewinn: keiner
- Keine Tochtergesellschaften/ verbundene Unternehmen
- Burgstraße 3, 19309 Lenzen /Brandenburg
- www.burg-lenzen.de
- Berichtszeitraum: 2015

DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

In der strukturschwachen Region der Prignitz im Vierländereck Niedersachsen Brandenburg Sachsen-Anhalt und Mecklenburg-Vorpommern sichert der einzige BioHotelbetrieb im Land Brandenburg einen festen ganzjährigen Arbeitsplatz für knapp 20 MitarbeiterInnen. Wir haben uns bewusst gegen Saisonarbeitsverhältnisse entschieden. Im Jahr 2014/2015 hatte der Betrieb vier zeitlich sehr eng beisammen liegende Schwangerschaften, was der Betrieb durch kollegiale Mehrarbeit und Aushilfen aufgefangen hat. Das spricht aus unserer Sicht für ein gutes Betriebsklima oder doch zumindest für ein rel. gutes Gefühl der MAInnen für sichere Stellen im Betrieb.

Der Betrieb hat Ausbildungsbefähigung für Lehrlinge im Bereich Hotelfach, Küche und Service. Langjährige Mitarbeiter haben, mitfinanziert vom Betrieb, dazu einen Ausbilderschein als Fortbildung gemacht. Vor wenigen Jahren konnten wir stolz darauf sein, einen Brandenburgischen Landessieger für Lehrlinge im Bereich Küche zu stellen. Die Nachfrage nach Ausbildung ist leider derzeit geringer als gewünscht.

Zur Reinigung der Wäsche arbeitet der Betrieb mit einer Behindertenwerkstatt zusammen.

Zur Pflege des in weiten Teilen biozertifizierten Parks werden vom gemeinnützigen Partner Trägerverbund Burg Lenzen e.V. sonst schwer vermittelbare MAE-Kräfte eingesetzt. Der Betrieb fördert durch Preisentgegenkommen Veranstaltungen der gemeinnützigen Vereine TVBL und BUND und unterstützt auf ebendiese Weise kulturelle Veranstaltungen der Stadt Lenzen und des TVBL auf dem Burggelände wie Weihnachtsmärkte, Filzeste, Sommertheater etc..

Eine Kooperation mit der Grundschule Lenzen führt die Kinder der Schulklasse 4 an Tischsitten und Umgangsformen heran.

Wir haben uns angemeldet bei der GWÖ Regionalgruppe Hamburg/Berlin. Der Betrieb hat sich bei dem Berliner GWÖ Verein als Mitglied angemeldet.

Zusammen mit drei weiteren BioHotels Betrieben aus Mecklenburg-Vorpommern haben wir, begleitet von Armin Schmelzle von BioHotels, die Einführung in die GWÖ-Thematik durchlaufen.

TESTAT : PEER EVALUIERUNG

GEMEINWOHL-
BILANZ 2015

für BioHotel und Gastronomie Burg Lenzen

BegleiterIn Armin Schmelzle

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestim- mung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				80 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				20 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmer	D1: Ethische Kundenbeziehung	D2: Solidarität mit Mitunternehmer	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D4: Soziale Gestaltung der Produk- te und Dienstleistungen	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souve- rän, zukünftige Genera- tionen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL	E2: Beitrag zum Gemeinwesen	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung
Negativ-Kriterien	Verletzung der ILO- Arbeitsnormen/ Menschenrechte Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen	Feindliche Übernahme Sperrpatente Dumpingpreise	Illegitime Umweltbelastungen Verstöße gegen Umweltauflagen Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte)	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn Umgehung der Steuerpflicht Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter Verhinderung eines Betriebsrats Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister Exzessive Einkommens- spreizung

Mit diesem Testat wird die Peer-Evaluierung des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Matrix 4.1.
Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf www.gemeinwohl-oekonomie.org

Testat gültig bis 30.05.2019

BILANZSUMME 616

GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

A1.1 Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen (Relevanz: hoch)

Das BioHotel nutzt ausschließlich zertifizierte Biolebensmittel Produkte, so möglich auch Fair Trade Produkte.

Bis auf 2 Zimmer im Gästehaus mit historischen Möbeln sind alle Zimmer mit Design-Vollholzmöbeln, hergestellt in einer kleinen fränkischen Möbelmanufaktur, ausgestattet. Diese Manufaktur lieferte auch die Echtholz-Designmöbel für das Restaurant. Bei der Renovierung wurde auf ökologische Materialien Wert gelegt.

Holzfußböden und Fliesen in den Zimmern und Bädern, Kalkputze, ökologische Silikatfarben, Gardinen aus natürlichen Fasern etc., sowie reduzierte EMF, LAN-Kabel statt WLAN (Burgzimmer mit Stromabschaltung) etc. Nicht zu 100% umgesetzt ist Bio bisher im Bereich der Bettwäsche, Matratzen, Bettdecken und Tischdecken. Hier spielen Hygieneanforderungen der Reinigung eine Rolle, mit denen wir uns weiter befassen müssen.

Es wird zertifiziertes Papier im Büro verwendet.

Wir verwerten eigene Produkte wie Obst, Kräuter und Blüten (Rosen et al.) aus dem biozertifizierten Burgpark und der Streuobstwiese für unsere Küche, beziehen aber den überwiegenden Teil der Lebensmittel vom Handel.

Wir sind interessiert, den örtlichen Handel und das Handwerk zu bedenken. Es werden wenn möglich örtliche Handwerker in allen Gewerken eingesetzt, vom Elektrohandwerk über Gas, Wasser, Tischlerei und örtliche Kaufleute, Fahrradverleih.

Einen bisher konventionellen Bäcker im Ort konnten wir im vergangenen Jahr überzeugen, für uns eine Bioschiene aufzulegen. Er liefert uns Backwaren und will einmal die Woche nun auch solche Bioprodukte in seinem Filialnetz anbieten. Skuddenfleisch (Schafrasse) z. B. beziehen wir von einem Biobetrieb in einem der Nachbarorte, der auf diese Verwertung wirtschaftlich angewiesen ist. Fisch erhalten wir überwiegend von den Müritzfischern.

Das Unternehmen nutzt innovative Lösungen zur Herstellung und der Verwendung von Strom/Energie. (2 eigene BHKW). Das Gas beziehen wir vom regionalen Anbieter ebenso wie den Strom von der WEMAG, soweit wir diesen nicht selber erzeugen. Solarenergie und Photovoltaik sind uns aus Denkmalschutzgründen vom Land Brandenburg bisher untersagt worden. Der Betrieb ist EHC gelabelt, demnach brauchen wir <15 kg CO² / Übernachtung, ein guter Wert im Branchenvergleich. Auf der Burg sind wassersparende Vacuumtoiletten eingesetzt.

Auflistung aller zugelieferten Produkte/ Dienstleistungen in % vom Aufwand im Berichtszeitraum.

Ausgabenposten + % der Ausgaben	Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale) Bewertung
Personalkosten 45 %	
Miete 3 %	Sehr geringe Miete an den Grundbesitzer
Energie/ Strom 8 %	Strom zu 80 % aus eigenen Gas-betriebenen BHKW, 20% Bezug Ökostrom von der WEMAG Der Betrieb ist EHC-zertifiziert wg. Baudenkmalauflagen sind keine Superenergiestandards möglich
Lebensmittel und Getränke ca. 25 %	100 % Bio, leider in weiten Teilen kaum aus der näheren Umgebung erhältlich
Sonstiges 19 %	

A1.2 Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter P/D und Prozesse zur Sicherstellung (Relevanz: mittel)

Der Betrieb achtet genau auf die Sicherstellung der EK und VK Produkte durch unabhängige Gütesiegel zertifizierte Bioprodukte. Sollte einem der verwendeten Produkte das Gütesiegel aberkannt werden, wird es aus dem Artikelstamm gestrichen. Das Gütesiegel BioHotels gibt hohe Standards vor, die sich auf alle Produkte beziehen, mit denen der Gast in Kontakt kommt, Seifen, Kosmetik etc.

Bei der bereits angeführten Renovierung der alten Gebäude und der Ausstattung wurden die hohen Standards ebenfalls angelegt, wie dieses auch der Philosophie des Eigentümers BUND entspricht.

Die MitarbeiterInnen des Einkaufs werden regelmäßig zu den Bioprodukten geschult. Die Wäscherei ist bisher an eine Behindertenwerkstatt ausgelagert. Hier sind die Hygienevorschriften wichtig zu beachten.

A1.3 Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung (Relevanz: niedrig)

Mit 100 % Bioprodukten im Bereich Einkauf Lebensmittel/Getränke und bei der Beschaffung Wasch-/Reinigungs-/Pflegemittel, Seifen ü. ä. m.. sowie der Erstausrüstung mit ökologischen Materialien (Vollholzböden und –möbel, ökol. Farben), der handwerklichen Möbelauswahl, der Verpflichtung örtlicher Handwerksgewerke ist der Betrieb im Branchenvergleich vorbildlich.

Darüber hinaus müssen wir dem Ziel der Betriebssicherung durch einen positiven Jahresabschlusses eine sehr hohe Priorität einräumen, sodass im Betrieb z. B. noch kein großes Augenmerk auf EDV Beschaffung oder andere kleinere Positionen

gerichtet wird. Gebrauchtbeschaffung ist auch ein Nachhaltigkeitsaspekt und kommt wo es passt zum Tragen.

Für die Beleuchtung wird Wert auf Energieeffizienz gelegt. Moderne energiesparende LED Leuchtmittel ersetzen peu à peu die bisherigen Leuchten. Wir werden auf Lichtqualität, Elektrosmog und Netzverschmutzung achten. Es gibt kein Bonussystem für Einkäufer! Der Betrieb pflegt langfristige EK-Beziehungen sowie Beziehungen zum örtlichen Handel und Handwerk.

Es gibt in der Umgebung von Lenzen - aus DDR-Zeit überkommen - keine kleinbäuerliche Landwirtschaft mehr. Neueinrichter mit Bio unterstützen wir (siehe Skuddenfleischbezug) bzw. würden wir nach unseren Möglichkeiten unterstützen.

B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT

B1.1 Institutionalisierung (Relevanz: mittel)

Der BUND als Eigentümer der N+U GmbH stellt in weiten Teilen sowohl Kapital als auch Liquidität als Darlehen zur Verfügung. Allfällige Zinsen kommen somit immer zugleich gemeinnützigen Zwecken der Arbeit des BUND zugute. Rechnungen werden pünktlich bezahlt, ebenso die Löhne und Gehälter.

Für die tägliche Geldabwicklung gibt es vor Ort nur die Alternativen Sparkasse oder Volksbank. Um Bareinzahlungen vornehmen zu können haben wir uns für die nahegelegene genossenschaftlich organisierte Volksbank entschieden.

B1.2 Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters (Relevanz: niedrig)

Auflistung der Finanzdienstleister

In % vom Umsatz	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
<u>100 %</u>	<u>Volksbank</u>

Die Volksbank arbeitet als Genossenschaftsbank mit den örtlichen KMUs., Insbesondere das örtliche Handwerk zählt zu den Genossenschaftlern.

B1.3 Gemeinwohlorientierte Veranlagung (Relevanz: hoch)

Auflistung der Kapitalanlagen

In % der Veranlagung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
<u>0 %</u>	<u>./.</u>

Die Frage einer Mittelanlage hat sich uns noch nicht gestellt. Der Betrieb ist im Aufbau begriffen und hat immer noch eine zu geringe Auslastung und keine Rücklagen.

B1.4 Gemeinwohlorientierte Finanzierung (Relevanz: niedrig)

Auflistung Eigen- und Fremdkapital-Anteil

Eigenkapital	max. 20 % Anteil am Gesamtkapital
Fremdkapital	ca. 80 % -Anteil am Gesamtkapital

Auflistung Aufteilung der Finanzierungsformen/ Fremdkapitals

In % der Finanzierung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
<u>55 %</u>	<u>Volksbank</u>
<u>25 %</u>	<u>Fördermittel Land Brandenburg als verlorener Zuschuss</u>

Die N+U GmbH ist zu 75 % Tochter des BUND LV Niedersachsen und zu 25 % der Stiftung Naturlandschaft, einer Stiftung des BUND Niedersachsen.

Bis zum Bau des Wintergartens hatte die N+U GmbH nur ein geringes Eigenkapital aus Anschaffungen von Betriebsmitteln.

Zum Bau des Wintergartens als Besitz der N+U GmbH wurde ein Kredit bei der Volksbank in Höhe von 55 % der Bausumme aufgenommen, das Land Brandenburg gab einen Förderzuschuss als verlorenen Zuschuss von 25 %. Die Differenz von 20 % wurde vom BUND und von zwei Privatleuten gegen einen sehr günstigen Zins als Darlehen verauslagt. Zinsfrei ist seitens der Steuergesetzgebung nicht erlaubt.

C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

Allgemeines

Insgesamt überwiegt der Anteil der Frauen in der Belegschaft deutlich. In der Küche allerdings dominieren Männer.

Personenabhängig gab es in der Vergangenheit (auch aufgrund von Vorerkrankungen und altersbedingt) rel. hohe Fehlzeiten, die der Betrieb sozial und finanziell mitgetragen hat und mitträgt.

Im Betrieb sind MAInnen auch mit chronischen Vorerkrankungen (Schwerbehindert) tätig. Diese tragen wesentlichen Anteil zum Erfolg des Betriebs bei. Wir haben es bisher in den meisten Fällen durch Arbeitseinsatzverschiebungen erreichen können den MAInnen eine Weiterbeschäftigung zu ermöglichen.

Es gibt im Betrieb flache Hierarchien.

Unterhalb der Geschäftsleitung haben Hotel und Gastronomie je eine Leitung mit je einer AL-Funktion zu

Gastronomie:

-Küche

-Restaurant

Hotel:

-Rezeption

-Housekeeping

Marketing ist der Leitung Hotel, Tagungsmanagement der Leitung Gastronomie zugeordnet.

Die Lehrlinge werden in der jeweiligen Abteilung vom zuständigen Ausbilder betreut.

Der Hausmeister arbeitet für das gesamte Facility-Management der Burg.

Die Pflege des Burgparks liegt unter der fachlichen Oberleitung des TVBL, der diplomierte Biologen und Ökologen in der Leitungsebene beschäftigt.

C1.1 Mitarbeiter Orientierte Organisationskultur und -strukturen¹(Relevanz: mittel)

Eine gendergerechte Mitarbeiterführung wird strikt eingehalten.

Neue MitarbeiterInnen werden bei einem internen Wechsel oder bei einem Neueinstieg von einem Facharbeiter eingearbeitet.

Eine Mitbestimmung der MitarbeiterInnen bei der täglichen Arbeit ist als Mitverantwortungsübernahme erwünscht. Die Dienstzeiteinteilung und die Urlaubsplanung werden im Rahmen der betrieblichen Erfordernisse in den Abteilungen zwischen den MA-Innen selber geregelt. Da in gastronomischen Unternehmen nach Belegung und Gästeaufkommen gearbeitet werden muss, ist das Unternehmen auf flexible Mitarbeiter angewiesen. Es wird mit wöchentlichen Dienstplänen gearbeitet.

Weiterbildung für die allgemeine berufliche Weiterentwicklung findet nicht nur in der Führungsebene statt. Zu Selbstmanagement und Persönlichkeitstraining wurde im vergangenen Jahr ein Seminar angeboten und von 2 MitarbeiterInnen in Vollzeit besucht.

Einmal wöchentlich sind Dienstbesprechungen angesetzt, ein bis zweimal jährlich finden Betriebsversammlungen statt bei denen die Geschäftsleitung auch den finanziellen Status des Betriebs vermittelt.

Aus- und Weiterbildungsprogramme gibt es im Unternehmen insbesondere zu Bio-Lebensmitteln und ihrer Herstellung. Bei der Ausbildung von AZUBIS in den Berufen Hotelfach/man/frau, Restaurantfach/man/frau und Koch/Köchin sind unsere Bio-

AZUBIS in der Berufsschule Exoten. Für alle 3 Berufsfelder Küche, Service, Hotelfach hat das Unternehmen je eine/n zertifizierte/n AusbilderIn.

Alle MitarbeiterInnen haben die Möglichkeit, ihre Situation im Unternehmen, ihre Entwicklungswünsche oder Probleme in einem Mitarbeitergespräch bei der örtlichen Leitung oder der Geschäftsleitung einzufordern. An den Instrumenten: interne Kommunikationsstruktur und Informationspolitik sowie der Wertschätzungs- und Führungskultur und dem Umgang mit Problemen arbeiten wir seit einigen Jahren, hier sind Optimierungen noch weiter nötig.

Seitens des Arbeitgebers wird von jedem/r MAIn eine 1-2 tägige Fortbildung im Jahr erwartet. Dieses arbeitgeberseitige Angebot wird leider nur gering angenommen.

C1.2 Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik (Relevanz: mittel)

Im saisonalen gastronomischen Gewerbe ist der Mindestlohn bei einer saisonunabhängigen Anstellung eine betriebswirtschaftliche Herausforderung. Wir beschäftigen unsere MAInnen aus sozialen Erwägungen ganzjährig und unbefristet. Über den Mindestlohn hinaus den LeistungsträgerInnen dann noch eine finanzielle Anerkennung zu geben ist mit diesen Eckdaten und Grundsatzentscheidungen kaum mehr möglich. Wir sind am Manteltarifvertrag orientiert.

Aufstiegsmöglichkeiten sind in dem kleinen Betrieb mit flachen Hierarchien gering und finanziell nur wenig zu „belohnen“. AZUBIS wurden bisher zumeist übernommen, bis sie sich zur persönlichen Weiterentwicklung auf „Wanderschaft“ begaben.

Je MAIn ist eine Fortbildung pro Jahr gewünscht, dieses wird aber nur wenig angenommen.

Es wird 1-2 Mal im Jahr ein Mitarbeiterversammlung durchgeführt, bei der alle Aspekte des Betriebs von der wirtschaftlichen Situation des Betriebs bis zu Arbeitszeiten und ähnlichem mehr so weit wie als möglich besprochen werden.

C1.3 Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/ flexible Arbeitszeiten (Relevanz: mittel)

Die Arbeitsschutzanforderungen des Gesetzgebers sind hoch. Hier sehen wir derzeit keine weiteren Notwendigkeiten.

Die Arbeitszeiten richten sich nach den Betriebserfordernissen in den Abteilungen. Die MitarbeiterInnen im Service können sich auf Wunsch für Früh- oder lieber Spätschicht entscheiden.

Die Entscheidung wann und wie gearbeitet wird liegt in erster Linie in der Gäste-/Kundennachfrage und im Zweifel letztentscheidlich beim Betriebsleiter oder ggf. Abteilungsleiter. Der Grad der Selbstorganisationsmöglichkeit ist branchenbedingt insgesamt begrenzt.

Eine Nutzung von Homeoffice besteht betriebsbedingt nicht.

Tage für Mitarbeiter zur psychischen und physischen Gesundheitsvorsorge stehen außerhalb der freien Tage nicht gesondert zur Auswahl.

Die Arbeitsplätze sind ergonomisch gestaltet. Arbeitsplatzsicherheitsbelehrungen und -schulungen werden einmal jährlich durchgeführt.

Die Arbeitsplätze sind nicht alle barrierefrei zugänglich.

Es gibt zwei Entspannungsräume (Sozialräume) für die MitarbeiterInnen.

Es bestehen keine besonderen Maßnahmen zur physischen oder Programme zur betrieblichen Gesundheitsvorsorge zur Verfügung.

Arbeitsunfälle sind in den letzten Jahren abgesehen von kleinen Verletzungen wie Schnittwunden (mit Messer bei Schneidarbeiten in der Küche) nicht aufgetreten.

Chronisch Schwerkranke mit häufigeren Krankenhauskontrollaufenthalten werden vom Betrieb getragen. Ebenso 4 junge Frauen mit Kleinkindern, denen wir soweit es geht derzeit bei den Arbeitszeitregelungen entgegen kommen.

C1.4 Gleichstellung und Diversität (Relevanz: mittel)

Gendergerechtigkeit ist im Betrieb sowohl beim Einsatz am Arbeitsplatz als auch bei der Entlohnung obligatorisch/kein Thema. Mehr als 3/4 der MitarbeiterInnen sind Frauen. Frauen überwiegen auch in den Leitungsfunktionen.

Wir haben eine breite Altersdivergenz bei den MitarbeiterInnen und ebenso ein große Bandbreite von der Vollzeitstelle bis zur Aushilfe und von der ungelerten Hilfskraft bis zum Facharbeiter.

Die Branche Gastronomie/Hotellerie stellt unterschiedliche Anforderungen an körperliche und geistige Leistungsfähigkeit, die wir bei der Stellenbesetzung beachten.

Der Betrieb beschäftigt eine „Schwerbehinderte“ und arbeitet darüber hinaus mit einer Behindertenwerkstatt zusammen. Die gesetzliche Quote ist übererfüllt.

Auf die Einhaltung von Antidiskriminierung wird seitens der Geschäftsleitung streng geachtet, Schulungen dazu gibt es aber derzeit nicht.

In den vergangenen Jahren kamen 100 % der Frauen nach der Elternzeit in den Betrieb zurück.

C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT

Allgemeines

Die Arbeitszeit bzw. arbeitsfreie Zeiten werden per Handzettel erfasst und dann von einem/r beauftragten MitarbeiterIn für den auch gesetzlich erforderten Nachweis tabellarisch erfasst.

Der Wunsch nach freien Wochenenden und freien Feiertagen steht in einem systemischen Widerspruch zu den Haupteinsatztagen der Branche Hotellerie-Gastronomie und mit den zudem saisonalen Schwankungen der Nachfrage.

Die Reflektionsfähigkeit der MitarbeiterInnen zu dem systemischen Widerspruch zwischen persönlichen Wünschen und betrieblicher Wirklichkeit ist unterschiedlich stark ausgeprägt. Das Thema ist zur Optimierung der Betriebsabläufe und der MA-Zufriedenheit ständiger Tagesordnungspunkt der jährlichen Betriebsversammlungen. Teilzeitarbeitswünschen wird im Regelfall entsprochen.

Es gibt keine all Inclusive Arbeitsverträge und keine Zeitarbeitsverträge.

C2.1 Senkung der Normalarbeitszeit (Relevanz hoch)

Die durchschnittliche Arbeitszeit je Beschäftigter/em beträgt zwischen 25 und 40 Stunden /Woche. Es gibt keine All-Inclusive-Arbeitsverträge. Der Betrieb achtet sehr darauf, dass angefallene Überstunden je MitarbeiterIn im Laufe des Jahres ausgeglichen werden, weil dieses auch bilanziell günstiger ist. Nur im Ausnahmefall nehmen wenige MitarbeiterInnen Überstunden mit ins neue Jahr.

Im Branchenvergleich sind die MitarbeiterInnen insgesamt sozial gut gestellt.

C2.2 Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei adäquater Bezahlung) (Relevanz: mittel)

Zur Saison beschäftigen wir Aushilfen wie SchülerInnen oder StudentInnen aus der Umgebung, um das Gästeaufkommen zu bewältigen und um damit die festangestellten MitarbeiterInnen zu entlasten.

Der Nettolohn der Aushilfen ist im Vergleich zum Nettolohn der Angestellten je nach Alter und Vorkenntnissen und damit deren Einsatzmöglichkeiten bis zu ca. 2,50 € pro Stunden weniger oder gleich dem den Angestellten.

Alle MitarbeiterInnen haben die gleichen Rechte/ Pflichten.

Kennzahlen

- Zeitarbeitsquote = 0
- Teilzeitquote = 70%
- Neueinstellungen sind derzeit keine vorgesehen

C2.3 Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit (Relevanz: mittel)

Der Betrieb versucht im Rahmen seiner Möglichkeiten den Wünschen der MitarbeiterInnen zu von persönlichen Wünschen geleiteten Zeiteinteilungen entgegen zu kommen. So gibt es den Wünschen der MAInnen entsprechend im Service Früh- und Spätschichten sowie Teilzeitarbeitsverhältnisse.

Für die Leitungsebene werden regelmäßig Coachings in denen Zeitmanagementsanteile integriert sind angeboten und durchgeführt.

MitarbeiterInnen mit dem Hang zur „Selbstaussbeutung“ werden darauf seitens der Geschäftsleitung hingewiesen und angesprochen.

C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit (Relevanz: hoch)

Kennzahlen/ wichtige Daten

		Mehrheitlich veget./vegan	Überwiegend veget./vegan	Bio-Anteil (in%)
Angebote im Unternehmen (% uale Verteilg)	ja			100
Tatsächliches Verhalten der MA (% uale Verteilung)	./.			

Zur Ernährung während der Arbeitszeit können wir keine Angaben machen. Wir boten früher eine Mitarbeiterverpflegung gegen ein geringes Entgelt an, aber das Angebot wurde von den MAInnen, anders als den KollegInnen des TVBL so gut wie nicht angenommen. Die MAInnen bringen sich ihr Essen von daheim mit. Das derzeitige Betriebskonzept bietet Mittags nur eingeschränkte Küche, wir müssen dafür noch Erfahrungen sammeln.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz (Relevanz: hoch)

Kennzahlen/ wichtige Daten

	Gesamt KM für das Unternehmen	Durchschnittlich pro MA
Flugreisen	0	0
Auto/ PKW einzeln	15.000	750
Car-Sharing	0	0
ÖPNV	1.500	75
Fahrrad/ Fuß	10.000	500

Im dünn besiedelten ländlichen Raum von Lenzen ist Mobilität ohne Automobil nicht möglich.

Vom Betrieb werden derzeit – auch aus finanziellen Gründen - keine Mobilitätsmöglichkeiten gestellt.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse (Relevanz: mittel)

Die Vermittlung der satzungsgemäßen Grundlagen der Arbeit des Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland BUND (Eigentümer der Burg Lenzen) sind immer auch ein wichtiger Teil bei internen Veranstaltungen des Betriebs.

Seitens der Geschäftsleitung werden die Hintergründe für die Entscheidung ein BioHotel mit den damit verbundenen ethischen und rechtlichen Verpflichtungen zu führen regelmäßig erläutert. Im Grundsatz stehen die Mitarbeiter hinter der Grundidee, auch wenn sie sie im privaten Bereich dieses nicht alle nicht konsequent verfolgen und umsetzen.

Wir sprechen das Thema Naturschutz und ökologisches Verhalten mit den MA-innen auch deshalb regelmäßig an, weil der Betrieb inmitten des Biosphärenreservats Flusslandschaft Elbe liegt und viele Gäste bewusst uns wg. der Ausrichtung BioHotel und der Landschaft wegen aufsuchen und interessiert nach den Naturschätzen der Umgebung fragen.

Es wurden mehrfach Betriebsausflüge zu Biobetrieben organisiert, um die Haltungsbedingungen von Tieren bei Biolandbetrieben kennenzulernen und mehr über die biologische Produktion zu erfahren.

C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

C4.1 Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen (Relevanz: hoch)

Die Spreizung zwischen dem geringsten und dem höchsten betrieblichen Lohn liegt bei $< 1:2$. Das ist nicht allein ganz freiwillig, sondern ist auch der begrenzten Wertschöpfung des Betriebs geschuldet, weshalb keine große Lohnspreizung möglich ist.

C4.2 Mindesteinkommen (Relevanz: mittel)

Der Mindestlohn ist seit 2015 gesetzlich vorgeschrieben. Für die Branche ist das eine Herausforderung, auf die eine Reihe von Betrieben in der Umgebung bereits mit Schließung geantwortet hat.

Für eine alleinstehende MitarbeiterIn ist der Mindestlohn ausreichend, für Zuverdiener nach Verrentung eine willkommene Verbesserung, für ein Familien-einkommen als AlleinverdienerIn erscheint es uns nicht ausreichend.

C4.3 Transparenz und Institutionalisierung (Relevanz: niedrig)

Die MA-innen wissen im Grundsatz um die Löhne im Betrieb und dass die Einkommensspreizung unter 1:2 liegt, u. a. auch, weil der Betrieb derzeit mehr nicht erwirtschaftet. Wir orientieren uns am Manteltarifvertrag.

Die Gehälter werden vom Arbeitgeber anhand der betrieblichen Möglichkeiten und unter Beachtung gleicher Lohn für gleiche bzw. vergleichbare Arbeit festgelegt.

Man kann es so kurz zusammenfassen: Alle wissen, dass alle wenig verdienen.

Für den Arbeitgeber unterliegen Löhne und Gehälter im Detail dem Datenschutz, ohne Zustimmung aller MA-innen ist ein öffentliches Umgehen mit diesen Angaben unzulässig.

C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

C5.1 Grad der Transparenz (Relevanz: niedrig)

Der Grad der Transparenz um die betrieblichen / wirtschaftlichen Daten des Betriebs ist hoch, die Eckdaten werden jährlich bei der Betriebsversammlung vorgestellt und besprochen. Interessant, dass die Transparenz von den MA-innen dennoch als eher gering eingeschätzt wird .

Bei den Dienstbesprechungen werden Einstellungen und Kündigungen oder auch Veränderungen in allen Dienstbereichen angesprochen. Dazu kann sich jeder der TeilnehmerInnen äußern bzw. nachfragen. Die Entscheidungen über Einstellungen/Ausstellungen liegen bei der Betriebsleitung bzw. der Geschäftsleitung. Aufgabenspezifisch haben die MitarbeiterInnen Zugang zu den ihre Arbeitsbereiche betreffende wirtschaftlichen Daten.

C5.2 Legitimierung der Führungskräfte (Relevanz: mittel)

Geschäftsführung und / oder Betriebsleitung/Abteilungsleitung entscheiden über die Einstellungen und Ausstellungen.

Die MitarbeiterInnen können diese Entscheidung dann innerhalb der ½ jährlichen Probezeit der neuen MA-innen selber beurteilen und Rückmeldung geben. Im Grundsatz sucht die Branche laufend MitarbeiterInnen.

C5.3 Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen (Relevanz: hoch)

In jährlichen Betriebsversammlungen werden die MA-Innen in alle grundsätzlichen Entscheidungen eingebunden. Nach Möglichkeit wird eine von allen getragene gemeinsame Entscheidung gesucht.

Gewinne zur Verteilung fallen nicht an. Bessere Margen würden im gegebenen Falle zuallererst über die Löhne an die MA-Innen weitergereicht

C5.4 Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen (Relevanz: mittel)

Der Betrieb ist im Eigentum der gemeinnützigen Organisation BUND, soweit MA-Innen Mitglieder des BUND sind, sind sie auf diese Weise MiteigentümerInnen.

D1 ETHISCHES VERKAUFEN

Unser Grundprinzip heißt: zufriedene Gäste, die sich mit der Biobetriebsweise des Hotels, den Bioprodukten und sowie den Naturschutzaktivitäten rund um die Burg Lenzen auseinandersetzen.

Wir leben diese Prinzipien, indem wir nur biozertifizierte Lebensmittel und möglichst alle Anschaffungen nach diesen Bedingungen erwerben/herstellen/ verkaufen.

Unsere Produkte/Dienstleistungen sind sinnvoll und dienen dem Wohl und der Erholung der Menschen. Wie versuchen auf allen Wegen transparent und ökologisch zu handeln und dieses darzustellen, z. B. durch Erläuterungen in den Zimmermappen etc.

BioLebensmittel sind die Spitzenkategorie der Lebensmittel, sie sind teurer im Einkauf, dabei werden im ländlichen Raum Preisobergrenzen für faire Verkaufspreise schnell erreicht bzw. können nicht erzielt werden.

D1.1 Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing + Verkauf) (Relevanz: hoch)

Übersicht zur Einschätzung der Maßnahmen

Marketing/ Verkaufsmaßnahme	% ualer Anteil am Marketing/ Verkaufsbudget
	2-3 %

Unsere Kunden sind unsere Gäste, sie werden ehrlich bedient und nach besten Möglichkeiten umsorgt.

Wir wollen kein „Betuppen“ von Gästen (Abzocke), der Gast soll das Preis/Leistungsverhältnis zu schätzen wissen. Wir wollen ihm gerne die Besonderheit der Naturschätze der Umgebung im Biosphärenreservats Flusslandschaft Elbe (Partnerbetrieb des Biosphärenreservats) oder auch des Denkmalschutzes im historischen Stadtkern Lenzen näher bringen, das heißt mit anderen Worten, dass wir unsere ethische Verpflichtung zur Nachhaltigkeit und der Verpflichtung zu einem sorgsamem Umgang mit den Ressourcen zur Bewahrung der Erde für künftige Generationen nicht nur im Betrieb selbst sondern auch in Bezug auf die besondere räumliche Lage des Betriebs hervorheben wollen und besonders hervorheben können.

D1.2 Produkttransparenz, Fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen (Relevanz: niedrig)

Das Unternehmen ist transparent bei den Produkten/Dienstleistungen. Bei so vielen Lebensmittelprodukten wie möglich nennen wir in der Speisen- und Weinkarte die Lieferanten.

Die Leistungen und Preise sind für alle MitarbeiterInnen einzusehen.

Wir erwirtschaften derzeit keinen Gewinn, das heißt, wir sind in der Kalkulation sehr vorsichtig und zocken unsere Kunden nicht ab.

Mögliche unethische Kunden erhalten, wenn wir diese identifizieren, kein Angebot bzw. wird mit solchen keine Kooperation aufgenommen.

D1.3 Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung / Marktforschung (Relevanz: mittel)

Wir fragen unsere Gäste regelmäßig nach Anregungen und Beschwerden und wollen so den Kundenwünschen so gut wie möglich entgegen kommen. Diese Zusammenarbeit dient sowohl dem Wohl der Kunden als auch der Verbesserung der wirtschaftlichen Situation des Betriebs. Diese am Kunden orientierte Weiterentwicklung ist ein ständiger Betriebsoptimierungsprozess, in den alle MA-innen eingebunden sind.

Auflistung KundInnen-Mitbestimmung

Art der Entscheidung	Wer repräsentierte die KundInnengruppe?	Wer hat wie entschieden?
Wird vom Hotelleiter festgelegt	Die Gäste	

D1.4 Service-Management (Relevanz: mittel)

Wir kommen Kundenwünschen soweit es geht entgegen.

Zunehmend sind z. B. bei den Gästen Allergien gegen Nahrungsmittelbestandteile zu verzeichnen, die diese als Sonderwünsche beim Essen anmelden. Auch Allergien gegen Tiere oder Strahlungssensibilitäten berücksichtigen wir, indem nur in bestimmten Räumen WLAN installiert ist (ansonsten LAN) bzw. es Zimmer mit Spannungsfreischaltung gibt.

Zusätzliche Kissen, Decken etc. werden seitens der Rezeption auf Wunsch bereitgestellt.

Einige Zimmer werden besonders für Hundebesitzer vorgehalten. Damit schützen wir dann auch Menschen mit Tierallergien.

Menschen mit Einschränkungen haben barrierefrei Zugang zu allen „öffentlichen Räumen“ des Hotels.

Die Zahl der länger bleibenden Gäste nimmt nach unserer Belegungsstatistik zu. Das spricht für die Qualität unseres Betriebs. Mund zu Mund Propaganda ist unser effektivstes, bestes Marketing.

Regelmäßig wird in Dienstbesprechungen das Thema Dienstleistung angesprochen.

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Eine Zusammenarbeit innerhalb der Branche allgemein wird in der Region bisher leider von den anderen Mitbewerbern nicht gewünscht. Wir vermitteln aber bei größeren Veranstaltungen Kunden an andere Häuser, was diese dankbar annehmen. Anders sieht es dagegen mit den BioHotel Betrieben aus, mit denen wir einen engen Austausch pflegen.

D2.1 Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie (Relevanz: mittel)

Mehrfache Anläufe unsererseits zu besserer Kooperationen mit Mitunternehmern in der unmittelbaren Umgebung sind bisher gescheitert.

Gut funktioniert dagegen der Austausch innerhalb der Familie der BioHotels, wo wir jederzeit ein offenes Ohr, Hilfe und Unterstützung erfahren und mit denen wir innerbetriebliche Abläufe und Zahlen ebenso offen kommunizieren wie auch ein gegenseitiges Hospitieren möglich ist.

D2.2 Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme (Relevanz: hoch)

Wir unterstützen Mitunternehmer in der Umgebung, indem wir bei größeren eigenen Veranstaltungen Gäste dorthin vermitteln. Der Küchenleiter ist auch Vorstandsmitglied des Fördervereins des Landschulheim Lenzen und in der IHK Brandenburg, wo er die Brancheninteressen vertritt.

D2.3 Kooperatives Marketing (Relevanz: mittel)

Mit dem Trägerverein Burg Lenzen gibt es eine enge Zusammenarbeit für Veranstaltungen, thematische Tagungen und Seminare. Der Burgpark ist in weiten Teilen öffentlich und wird von den Stadtbewohnern regelmäßig frequentiert.

Eine Zusammenarbeit gibt es auch mit dem örtlichen Tourismusverein und mit der Stadt Lenzen für einen gemeinsamen Weihnachtsmarkt und ähnlichen Aktivitäten, die seitens der Stadt gewünscht sind aber für die deren Ressourcen nicht ausreichen.

Mit den BioHotelbetrieben Mecklenburg-Vorpommern soll es einen gemeinsamen Flyer ab 2016 geben.

D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

D3.1 Produkte/ Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen (Relevanz: hoch)

Das Unternehmen arbeitet zu 100% nach ökologischen Aspekten, was bei den Produkten / Dienstleistungen von hoher Relevanz ist und uns wesentlich von anderen Betrieben der Branche unterscheidet.

Alle Maßnahmen werden von uns so gesetzt, dass wir die ökologischen Auswirkungen der Produkte (Energie, Ressourcenverbrauch, Emissionen, Biodiversität, Langlebigkeit, etc.) über den gesamten Lebenszyklus im Auge haben und den Impact zu reduzieren suchen.

Das Unternehmen ist im Bundesland Brandenburg als einziges BioHotel vertreten, sodass wir dieses als Alleinstellungsmerkmal einstufen.

Direkte und indirekte Auswirkungen unserer Produkte und Dienstleistungen sind zufriedene und gut erholte Gäste, die ihren bewussten Lebensstil in unserem Haus leben können.

D3.2 Suffizienz (Genügsamkeit): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum (Relevanz: mittel)

Als BioHotel stehen unsere Produkte für nachhaltige Nutzung und suffizienten Konsum. Dafür stehen auch das EHC Labeling im Bereich Energie, die Partnerschaft als Partnerbetrieb des Biosphärenreservats Brandenburgische Elbtalau, Slow Food Partner, als Destination Fahrtziel Natur und als Radfahrerunterkunftsbetrieb.

D3.3 Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber (Relevanz: mittel)

Die ökologischen Aspekte des unmittelbaren Hotel- und Gastrobetriebs werden im Internet, in den Gästemappen und den Informationen für die Kunden ebenso kommuniziert wie die gewonnenen Produkte aus dem zertifiziert biologischen Burgpark, die wir in Form von Früchten, Säften und Brotaufstrichen den Gästen bieten. Viele unserer Kunden suchen uns gezielt auf, weil wir BioHotel sind. Dabei spielen auch die naturnahe Landschaft mit ihrer vielfältigen Flora und Fauna und die unmittelbare Lage im Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe (angrenzend an den Burgpark erstrecken sich ca. 1000 ha biologisch bewirtschaftete landwirtschaftliche Grünflächen in der Elbaue) eine wesentliche Rolle mit. Ein Alleinstellungsmerkmal des Betriebs ist die enge Verbindung mit dem Trägerverbund, der die erste große Rückdeichung der Bundesrepublik bei Lenzen im Jahre 2010 abschließen konnte und der derzeit eine weitere Flussdeichöffnung wenige Kilometer Fluss aufwärts bearbeitet. Der Trägerverbund ist Sitz des gesamtdeutsch arbeitenden Auenökologischen Zentrums des BUND.

D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

D4.1 Erleichterter Zugang zu Informationen/ Produkten/ Dienstleistungen für benachteiligte KundInnen-Gruppen (Relevanz: hoch)

Über die Internetseite und/oder ein persönliches Gespräch gelangen (potentielle) KundInnen ohne Barrieren an alle wesentlichen Informationen, Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens.

Der Betrieb ist auf die Beherbergung von Menschen mit Einschränkungen eingestellt. So gibt es trotz der hohen Auflagen des Denkmalschutzes barrierefrei zu erreichende Zimmer und alle Aufenthaltsräume sind barrierefrei zu erreichen.

In nachfrageärmeren Zeiten können sich benachteiligte Kunden zu günstigeren Preisen einbuchen.

Die Produkte/Dienstleistungen für die speziellen Belange dieser relevanten KundInnen-Gruppen können wir individuell in Art und Umfang anpassen. (besondere Speisenangebote etc.)

Außerhalb der Saison versuchen wir über Pauschalen einkommensschwache Haushalte anzusprechen.

D 4.2 Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt (Relevanz: mittel)

Kleinere Unternehmen werden gegenüber Großkunden nicht schlechter gestellt, Großkunden werden im Service nicht bevorzugt. Größere Firmen sind im Gegenteil im Grundsatz eher in der Lage gute Preise zu zahlen als einkommensschwache Gruppen. Firmenrabatte sind im Grundsatz nicht gewünscht. Das eingeschränkte Angebot von BioHotels erlaubt es uns, unser Alleinstellungsmerkmal gelegentlich auch auszuspielen um damit an anderer Stelle einkommensschwächeren Gruppen entgegen kommen zu können.

Die öffentliche Hand ist einer der Kunden, wo ganz besonders wenig Spielraum ist, bessere Preise zu erzielen.

D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

D5.1 Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette (Relevanz: hoch)

Mit den KollegInnen von BioHotels im Norden besteht eine gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit. BioHotels vertreten gemeinsame Überzeugungen und haben ein gemeinsames Label. Diese Zusammenarbeit schlägt sich auch in dieser gemeinsamen

Initiative zur Gemeinwohlerzeugung nieder. Wie nehmen aktiv an den BioHotel-Vereinsversammlungen teil und bringen uns aktiv in die Überlegungen zur Weiterentwicklung der Standards der BioHotels ein.

D5.2 Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards (Relevanz: mittel)

Der Eigentümer des Betriebs, der BUND ist einer der stärksten umweltpolitischen Verbände der BRD. Viele der Aktivitäten des BUND entstehen gedanklich bei verbandlichen Tagungen und Seminaren im BioHotel Burg Lenzen.

D5.3 Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe (Relevanz: hoch)

BioHotels umfasst mit seinen Inhalten alle wesentlichen ökologischen Aspekte, die in der Branche zu bedenken sind (Lebensmittel, Reinigungsmittel, Energieeinsatz, Nachhaltigkeit). Mit der Betriebspartnerschaft mit dem Biosphärenreservat, der Slow Food Partnerschaft und der Berücksichtigung vegetarischer und veganer Lebensmittel werden sowohl Naturschutzaspekte, gesundheitliche und damit auch soziale Aspekte explizit berücksichtigt. BioHotels steht als Vereinigung für den Einsatz hoher ökologischer und ethischer Standards in der Branche, dieses umfasst auch sozioethische Aspekte.

Mit den gemeinsam getragenen Initiativen für gemeinwohlorientierte Veranstaltungen zusammen mit dem TVBL und /oder der Stadt wird die Bevölkerung der Umgebung mehr und mehr mit dem Gedankengut biologischer Betriebsweise und sorgsamem Umgang mit den Ressourcen unserer Erde durch vorgelebtes best practice (keine Einwegbecher oder –teller u. ä. m) vertraut gemacht.

Über den Verein BioHotels und den Eigentümer BUND wird auch aktiv Lobbyarbeit für stärkere Berücksichtigung ökologischer Werte in unserer Gesellschaft betrieben.

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE/DIENSTLEISTUNGEN

E1.1 Produkte/ Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder diesen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen (Relevanz: hoch)

Urlaub im Hotel stellt nicht unbedingt eine Grundbedarfsdeckung dar, sondern ist bereits in gewisser Weise auch eine Luxus, aber viele Menschen leben in sehr stressbetonten Lebensumständen und dann sollte gelten: wenn schon Urlaub dann sollte er in einem BioHotel stattfinden.

Für Seminare etc. ist die Buchung eines BioHotels die Nutzung eines Tagungsortes mit nachhaltigem Wirtschaften und somit positiv zu sehen. Mit unsere Energiebilanz stehen wir im Branchenvergleich gut da (siehe den Unterpunkt Energie).

E1.2 Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen (Relevanz mittel oder hoch)

Als BioHotel zählen wir branchenspezifisch zur Spitze in Bezug auf soziale und ökologische Aspekte. Die enge gesellschaftsrechtliche und betriebliche Verbindung mit dem Umweltverband BUND und mit dem gemeinnützigen Trägerverbund Burg Lenzen mit seinen natur- und kulturbezogenen satzungsgemäßen Zwecken ist eine Besonderheit, die ein Alleinstellungsmerkmal für den Betrieb Burg Lenzen darstellt.

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

E2.1 Leistungen (Relevanz: hoch)

Burg Lenzen ist mit den überregional bedeutsamen Naturschutzaktivitäten des TVBL und des BUND immer wieder in der Presse und wir ziehen damit bundesweit und international Gäste nach Lenzen, die im BioHotel bewirtet und häufig auch untergebracht werden. Der BioHotelbetrieb wird auf diese Weise immer in die Bewusstseinsentwicklung der Multiplikatoren und der Allgemeinheit zum Natur- und Umweltschutz einbezogen und wirkt mit seinem Beitrag daran mit.

E2.2 Wirkungen (Relevanz: hoch)

BioHotels heben sich in der Branche mit ihren besonderen Ansprüchen an Nachhaltigkeit und die ausschließliche Verwendung biologischer Lebensmittel deutlich ab. Wir sind der Überzeugung, dass diese bewusste Haltung in der Bevölkerung Anerkennung findet.

E2.3 Intensität (Relevanz: niedrig)

Wir sind seit mehreren Jahren BioHotel Vereinsmitglied. Damit haben wir uns zu sehr hohen Standards verpflichtet. Das zeigt, dass wir mit größter Intensität hinter den Zielen der Nachhaltigkeit stehen.

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

E3.1 Absolute Auswirkungen (Relevanz mittel)

Energiedaten werden monatlich und auf Plausibilität gecheckt, der Betrieb ist EHC zertifiziert.

Wir arbeiten weiter daran, die Abfallmengen zu reduzieren.

Mobilitätskennzahlen wurden oben bereits aufgeführt.

Kennzahlen: Auflistung aller Emissionen/ möglichen negativen ökologischen Auswirkungen (gerne auch differenzierter)

Aspekt	Gesamt	Pro MA	Vergleich Branche
Strom/ Energieverbrauch in KWh	39.035 330.000	Strom Gas	
CO 2 Ausstoß aufgrund von Heizung/ Wärme/ Sonstiges	77,32 t		
CO 2 Ausstoß aufgrund von Transport	16,5 t		
Wasserverbrauch in L/Tag od. Monat			
Müll unterteilt in Schadstoffklassen in t	Biomüll 2,86t Leichtmüll 0,98 t Restmüll 8,5 t Öle/Fette 0,5 t		
Weitere Emissionen in entsprechender Maßeinheit			

Wir haben bei der EHC-Zertifizierung 12,3 kg/Gast erreicht und uns um 3 kg gegenüber der Vorjahresqualifizierung verbessert. Angestrebt werden < 10 kg, dann wären wir im Grünen Bereich des EHC Zertifikats. Das wird aber mit der denkmalgeschützten historischen Bausubstanz schwer werden.

Die Gebäude haben keine einheitliche Energieklasse, da sie zu unterschiedlichen Zeiten renoviert bzw. neu gebaut wurden. Eine Aussage des federführend mit der Bauüberwachung und -kontrolle beauftragten Architekten liegt zur Anlage bei.* **(Siehe Anlage)**

Park und Garten werden bei Bedarf mit Wasser aus der Flut, einem Auslauf des nahe gelegenen Rudower Sees, die im Park in die Löcknitz mündet, gewässert. Damit vermeiden wir die Nutzung wertvollen Trinkwassers zu Bewässerung.

E3.2 Relative Auswirkungen (Relevanz: hoch)

BioHotels sind im Branchenvergleich in den ökologischen Parametern sehr gut, Potential zur Verbesserung sehen wir in gewissem Umfang noch im Bereich Abfallvermeidung, Wäsche, Bettwäsche.

E3.3 Management und Strategie (Relevanz: hoch)

BioHotels, also auch wir, lassen sich ständig in Bezug auf ihren ökologischen Fußabdruck auditieren. Der Betrieb soll so nachhaltig als möglich und betriebswirtschaftlich vertretbar arbeiten.

Alle Bereiche des Einsatzes von Lebensmitteln und Getränken sind zertifiziert biologisch oder MSC zertifiziert und möglichst auch Fairtrade, Biozertifiziert sind auch die Produkte im Einsatz im Hotel (Reinigungsmittel, Seifen, Kosmetik).

Im Bereich Bauen kommen ökologische Baumaterialien (Vollholz, Lehm, Kalkputz, Silikatfarben) zum Einsatz.

Wir sind im Bereich Wäsche, Kissen, Decken, Arbeitskleidung noch verbesserungsfähig.

E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG

Allgemeines

Ziel des Betriebs sind solide, sichere Arbeitsplätze für unsere MAinnen, gesunde Lebensmittel und ein gesundheitsfördernder Aufenthalt für unsere Gäste.

In dem Kontext ist Leistung die einkommenssichernde und in einem gesunden und betriebswirtschaftlich klugen Verhältnis zum Arbeitsaufwand stehende Entlohnung.

Das derzeitige Wirtschaftssystem der Welt ist auf Kapitalrendite ausgelegt. Die derzeitige Null-Zinspolitik der EZB wirft gerade die Sorgen und Ängste um Renten und Alterssicherungen in diesem System auf.

Wenn aus Geld mehr Geld werden soll ohne Arbeitsleistung, so wirkt dieses inflationsfördernd und Kapital akkumulierend.

Kapitalrenditen induzieren einen Wachstumszwang in der Wirtschaft, da diese Kapitalrenditen an einer Stelle real zu erwirtschaften sind. Dieser Zwang führt in der Wirtschaft zu zusätzlichem Effizienzbestreben, um eine höhere Wertschöpfung durch reduzierten Kosten- und Ressourceneinsatz zu induzieren.

E4.1 Außenausschüttung (Relevanz: hoch)

Es gibt derzeit keinerlei Gewinnausschüttung des Betriebs nach außen, von gelegentlichen kleinen Spenden an örtliche Vereine abgesehen.

E4.2 Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung

Bisher wurde kein Gewinn erwirtschaftet. Sofern solcher erwirtschaftet würde, ginge er an den gemeinnützigen Eigentümer BUND für Umwelt und Naturschutz e.V., der diese Mittel dann für satzungsgemäße Zwecke verwenden würde.

E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

E5.1 Transparenz

Wir haben bisher keinen Gemeinwohlbericht veröffentlicht, aber werden von Biohotels laufend auditiert. Im Internet ist dieser Audit bisher nicht eingepflegt.

E5.2 Mitbestimmung

Bei den jährlichen Betriebsversammlungen wird mit allen MA-innen in moderierter Sitzung gesprochen und beraten und es werden möglichst konsensuale Ergebnisse erarbeitet, die Ergebnisse werden dokumentiert.

Darüber hinaus besteht mit dem Trägerverbund Burg Lenzen, der bedeutende naturschutzfachliche Projekte entlang der Elbe und der deutschen Flüsse umsetzt, eine enge Zusammenarbeit fachlich/dienstlich über z. B. zu thematischen Veranstaltungen, die Parkpflege, zu Marketing u. a. m. Mit den MAInnen des TVBL Lenzen besteht regelmäßiger Kontakt, Veranstaltungen u. ä. werden oft gemeinsam geplant. Eine leitende MAIn des Betriebs Burg Lenzen engagiert sich parteipolitisch im Ort.

Auflistung der Mitbestimmungsformen im Berichtszeitraum

Art der Entscheidung	Eingebundene Berührungsgruppen	Wer hat wie entschieden?
Kulturelle Veranstaltungen in der Region	TVBL, Tourismusverein, Stadt Lenzen, Filzverein, Naturwacht	Gemeinsame Entscheidungen zu Art und Umfang der Durchführung
Umstellung des Betriebs auf Buffetangebot, Änderung der Dekoration im Haus	Alle MAInnen des Betriebs	Konsensuale Entscheidung

AUSBLICK

KURZFRISTIGE ZIELE

Wir wollen die MAinnen motivieren und über ergänzende Informationen die Gäste verstärkt auf Nachhaltigkeit/Gemeinwohlökonomie aufmerksam machen

LANGFRISTIGE ZIELE

Wir wollen den gesamten Betrieb dem Geist der Nachhaltigkeit und Gemeinwohlökonomie verpflichten.

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Bei der Erstellung des vorliegenden Gemeinwohlberichts waren

Cindy Eggert, Controlling Burg Lenzen

Knut Jessen, Küchenchef Burg Lenzen

C.-W. Bodenstein-Dresler, Geschäftsführer

und die BioHotel Partnerbetriebe Stellshagen, Amadeus und Gut Nisdorf unter der GWÖ Prozessleitung Armin Schmelzle beteiligt.

Die Berichtszusammenstellung wurde im Zeitraum November 2015 bis April 2016 in mehreren gemeinsamen Sitzungen in Stellshagen erarbeitet.

Die aufgewendete Stundenzahl dürfte bei mehr als 80-100 Stunden liegen

Die GWÖ Grundsätze sind bei der letzten Betriebsversammlung angesprochen worden und der Bericht wird bei der nächsten Versammlung vorgestellt.

*

ANLAGE: Ausführung des Architekten G. Jelonnek zu den Energieklassen der Gebäude.

Datum: 15. April 2016
