

Bio-Hotel Villa Orange

GWÖ-Bericht Kompaktbilanz 2017/2018 nach Matrix 5.0

Bio-Hotel Villa Orange
Hebelstraße 1
60318 Frankfurt
www.villa-orange.de

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	Hotel Villa Orange, Inhaberin Christiane Hütte
Rechtsform:	Einzelunternehmen
Eigentums- und Rechtsform:	Einzelunternehmen
Website:	www.villa-orange.de
Branche:	Hotel
Firmensitz:	Frankfurt am Main
Gesamtzahl der Mitarbeitenden:	28
Vollzeitäquivalente:	18
Saison- oder Zeitarbeitende:	keine
Umsatz:	2017: EUR 1.517.239,-- 2018: EUR 1.525.720,--
Jahresüberschuss:	2017: EUR 169.057,-- 2018: EUR 116.654,--
Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen:	keine
Berichtszeitraum:	November 2018 bis Oktober 2019

Kurzpräsentation des Unternehmens

Das Hotel Villa Orange gibt es seit 2000. Wir haben 38 Zimmer, zwei Tagungsräume, eine Bibliothek, eine Hotellobby mit Bar und einen Frühstücksraum mit Sonnenterrasse. Als Hotel „garni“ bieten wir Bio-Frühstück und Übernachtung an. Da wir uns in Frankfurt am Main befinden, sind Geschäftsreisende unsere Haupt-Zielgruppe. Da die Villa Orange sehr zentral im Frankfurter Nordend gelegen ist, haben wir auch am Wochenende viele Gäste, die Frankfurt touristisch erkunden. Und auch die Nachbarn bringen gern ihre Freunde und ihre Familie bei uns unter.

Bei unserer überschaubaren Größe fühlen sich jung und alt, Geschäftsreisende und Privatgäste gleichermaßen wohl. Und da die Inhaberin Christiane Hütte einen Hund hat und auch die Mitarbeiter tierlieb sind, sind Hunde bei uns sehr willkommen. Die meisten Mitarbeiter sind seit Eröffnung der Villa Orange im Jahr 2000 dabei. Mit unserem individuellen Ambiente und unserem familiären Flair wollen wir einen ganz persönlichen und ruhigen Gegenpol zu der betriebsamen und oft lauten Finanz- und Messemetropole Frankfurt schaffen.

Seit 2008 sind wir bio-zertifiziert und seit 2009 Mitglied bei der Wertegemeinschaft der Bio-Hotels. Die Verpflegung und alle Getränke sind 100% bio. Im Souterrain befindet sich unser Seminarbereich mit 2 Seminarräumen (35qm und 65qm), die sehr gut an externe Gruppen vermietet werden. Seit 2014 haben wir

einen fest angestellten Koch, der unsere Seminargruppen in 100% Bio-Qualität bekocht. An den Wochenenden gibt es bei uns auch Familienfeiern wie Hochzeiten, Geburtstage, Taufen und Feiern. Das Catering kommt von unserem Koch oder von Safran Bio Catering. Seit wir Mitglied bei den Bio-Hotels sind, zieht sich das Thema Nachhaltigkeit wie ein roter Faden durchs ganze Hotel. Als Business- und Bio-Hotel versuchen wir Geschäftsleben und Nachhaltigkeit zu verbinden.

In den Bädern gibt es BDHI-zertifizierte Naturkosmetik. Unsere Handtücher und unsere Bettwäsche sind aus Bio-Baumwolle. Die Reinigung der Zimmer erfolgt mit Bio-Reinigungsmitteln. Wir beziehen Öko-Strom und alle Büromaterialien werden vom nachhaltigen Büromittelhändler Memo bezogen.

Produkte / Dienstleistungen

Wir bieten folgende Dienstleistungen an:	Umsatzanteil
Übernachtung in unseren 38 Zimmern / 53 Betten	82,5%
Vermietung unsere beiden Seminarräume (35qm und 65qm)	14,3 %
Vermietung unserer Bibliothek (20qm) für Coachings	1,1 %
Vermietung unseres Salons für Familienfeiern und Firmenevents	2,1%

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Mit der GWÖ haben wir uns seit 2012 beschäftigt. Auf der Karmakonsum-Konsum-Konferenz in Frankfurt, organisiert von Christoph Harrach, gab es einen Beitrag der Sparda-Bank München über ihre Erstellung der GWÖ-Bilanz. Das fanden wir sehr beeindruckend, wie eine Bank zum Gemeinwohl beitragen kann und wie positiv sich das im Unternehmen bei den Mitarbeitern und bei den Kunden ausgewirkt hat. In 2013 wollten wir eine GWÖ-Bilanz mit Peer-Evaluierung mit 3 Bio-Hotels-Kollegen erstellen. Dazu haben wir zunächst mit Mitarbeitern aus allen 3 Abteilungen einen Einstiegsbericht erstellt. Aber erst in 2018 hat sich eine kleine Gruppe von 3 Bio-Hoteliern gefunden. Gemeinsam mit den Inhabern des Tannerhofs in Bayrischzell und des Kunstquartiers Stein bei Nürnberg haben wir die GWÖ erstellt. Die Koordination und die Leitung der Gruppe wurde von Armin Schmelzle, einem GWÖ-Berater und ehemaligen Bio-Hotel-Kollegen übernommen. Wir haben uns in 5 Tagesworkshops in jedem Hotel getroffen. Es war sehr bereichernd sich mit den Kollegen auszutauschen und jedes Haus ausführlich kennen zu lernen.

Der GWÖ-Bericht für die Villa Orange wurde von der Inhaberin Christiane Hütte geschrieben. Die Mitarbeiter Aneta Jagiello, Katia Beck, Andreas Müller, David Ebulue und Susanne Röder haben bei der Erstellung mitgewirkt.



Zertifikat:	Peerevaluation	Gemeinwohl-Bilanz	für	Hotel Villa Orange
	M5.0 Kompaktbilanz	2017+2018	Peergruppe:	PG_Biohotels_2019
Begleiter*in	Armin Schmelzle			Beteiligte Peergruppen Firmen

Tannerhof GmbH & Co.KG

BIOHOTEL KUNSTQUARTIER

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 40 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 50 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 90 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 30 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 100 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 100 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 60 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 80 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 40 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 70 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 70 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 30 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 40 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 40 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 50 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 70 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 60 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 40 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 30 %

Testat gültig bis:
31. Dezember 2021

BILANZSUMME:
551

Mit diesem Zertifikat wird das Peergroup-Ergebnis des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: m1ean
Nähere Informationen zur Matrix und dem Verfahren der Peerevaluation finden Sie auf www.ecogood.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Bewertung: Skalenwert 4

Lieferanten	Brutto-Umsatz	Zertifizierungen	Fragebogen zugesendet	Fragebogen beantwortet
Lebensmittel				
Phoenix Bio-Großhandel	EUR 68.444,- -	EU-Bio-zertifiziert	X	
Fleckenbühler Brot, Brötchen, Kuchen und Käse	EUR 20.621,- -	Demeter-Bio- zertifiziert Suchthilfe	X	
Basic Bio-Supermarkt Lebensmittel	EUR 17.893,- -	EU-Bio-zertifiziert		
Bio-Spahn Metzgerei Wurst und Fleisch	EUR 10.158,- -	Biokreis-Bio- zertifiziert Biokreis regional und fair zertifiziert	X	X
WIGEM Getränke Mineralwasser	EUR 8.921,--			
Lenau-Weinhandlung Wein	EUR 5.811,--	EU-Bio-zertifiziert		
Basaglia Espresso	EUR 3.665,--	EU-Bio- zertifiziert, Beschäftigt seelisch behinderte Menschen	X	X
denn´s Biomarkt Lebensmittel	EUR 3.644,--	EU-Bio-zertifiziert		
Delinat Wein	EUR 3.629,--	EU-Bio-zertifiziert		
EDNA TK-Brötchen	EUR 3.352,--	EU-Bio-zertifiziert	X	X
Die Beerenbauern	EUR 1.544,--	Demeter-Bio- zertifiziert	X	X
Dienstleistungen				
Leitz & Schwarzbauer Arbeitnehmerüberlassung	EUR 58.400,--			
Karadoukas Wäscherei	EUR 34.963,--		X	
Milan Radonic Arbeitnehmer- überlassung	EUR 34.430,--		X	X
Energie				
EWS Schönau Öko-Strom	EUR 22.048,- -			
Mainova lokaler Energieanbieter	EUR 20.718,- -			
Büro und Seminarräume				
Neuland Seminarmöbel und Seminarmaterialien	EUR 2.369,--			

Memo AG Büro- und Papierprodukte	EUR 1.656,--	Vertreibt viele Produkte mit Zertifikaten wie z.B. Bio-Zertifizierung, Blauer Engel, FSC-Zertifizierung, Fairtrade, Natrue usw.		
Versicherungen				
Allianz	EUR 9.354,--		X	

Seit 2009 sind alle unsere Speisen und Getränke 100% bio-zertifiziert. Der größte Lieferant ist unser Bio-Großhändler Phoenix in Rosbach bei Frankfurt. Von Phoenix beziehen wir den Großteil unserer Lebensmittel, Getränke wie Bier und Limonade, und unsere Putzmittel. Phoenix ist maximal daran interessiert von regionalen Erzeugern Gemüse, Obst und Milchprodukte zu erhalten.

Der zweitgrößte Lieferant sind die Fleckenbühler eine gemeinnützige GmbH, die uns mit Brot, Brötchen, Kleingebäck und Käse beliefert. Viele Produkte sind in Demeter-Bio-Qualität. Die Fleckenbühler sind außerdem eine Lebensgemeinschaft und Selbsthilfeorganisation von Menschen mit Suchtproblemen.

Wir werden nur einmal die Woche von unserem Bio-Großhändler Phoenix beliefert. Da wir für unsere Seminarkunden an 3-5 Tagen ein Mittagsbuffet 100% frisch und in 100% bio anbieten, kaufen wir fast täglich im Basic Bio-Supermarkt und im denn´s Biomarkt um die Ecke ein. Hier handelt es sich natürlich um große Supermarktketten. Daher ist uns die Beziehung zu bestimmten Mitarbeitern sehr wichtig: Ca. 90% unserer Fleischkäufe beziehen wir z.B. vom Basic-Supermarkt in der Bergerstraße, da es dort 2 Fleischerfachkräfte gibt, die einen exzellenten Service bieten und dieser Supermarkt eine sehr gute Fleischauswahl hat. Der Marktleiter unseres denn´s Biomarkts ist immer bereit alle gewünschten Produkte möglichst am nächsten Tag für uns zu besorgen.

Der viertgrößte Lieferant ist die Bio-Metzgerei Spahn, ein Familienbetrieb aus Frankfurt, von dem wir alle Wurstwaren und gelegentlich auch Fleisch für unsere Mittagsbuffets beziehen. Die Familie Spahn betreibt eine eigene Fleischproduktion in der Rhön. Alle Tiere stammen von Landwirten aus der Rhön. Alle Tiere werden das ganze Jahr über in Weidehaltung gehalten. Alle Tiere werden auf dem eigenen Hof oder im Bio-Schlachthof in Fulda geschlachtet. Um den Stress für die Tiere möglichst niedrig zu halten gibt es ausschließlich Einzelschlachtung. Menschen- und Tierwürde sind der Fam. Spahn gleichermaßen wichtig. In Zukunft wird unser Koch sein Fleisch häufiger bei der Metzgerei Spahn einzukaufen (trotz geringerer Auswahl), da wir natürlich lieber ein Familienunternehmen als eine Supermarktkette unterstützen.

Unser Mineralwasser beziehen wir beim regionalen Getränkehändler WIGEM. Alle anderen Softgetränke und Bier kommen von unserem zertifizierten Bio-Großhändler Phoenix.

Weine beziehen wir von einem kleinen bio-zertifizierten Wein-Händler in unserer Nachbarschaft und von Delinat, einem Bio-Wein-Online-Portal für Privatkunden. Mit Delinat gibt es inzwischen eine lebendige Zusammenarbeit: Delinat lädt 3 mal im Jahr seine Kunden zu interessanten Abendveranstaltungen in die Villa Orange, um den direkten Kontakt zu ihren Kunden zu pflegen.

Unser Bio-Espresso kommt von der Fa. Basaglia, einem kleinen, gemeinnützigen Unternehmen aus Frankfurt, das Mitarbeiter mit psychischen Beeinträchtigungen beschäftigt.

Unser größter Dienstleister ist die Fa. Leitz & Schwarzbauer. In 2018 hatten wir in Arbeitnehmerüberlassung 1 Mitarbeiter für den Nachtdienst und Servicekräfte für unsere Firmen-Events und Familienfeiern. Wir bevorzugen immer eigene Mitarbeiter, da sie das Hotel am besten kennen und nach außen präsentieren und sich vor allem damit identifizieren. Wir sind davon überzeugt, dass es menschengemäßer ist in einem Unternehmen zu arbeiten und sich dort heimisch zu fühlen, als ständig in unterschiedlichen Unternehmen eingesetzt zu werden. Durch die Elternzeit eines Mitarbeiters und den Wegfall von 2 freien Servicekräften wurde der Einsatz von L & S leider nötig. Erfreulicherweise konnten wir im Oktober 2018 2 neue Mitarbeiter einstellen und somit hat sich der Einsatz von L & S erheblich reduziert.

Für die Etage arbeiten wir mit der Fa. Radonic zusammen. Wir haben 5 eigene Zimmerfrauen und darauf legen wir auch den allergrößten Wert. Nur in Notfällen springt die Fa. Radonic ein. In 2018 hatten wir jedoch einen internen Wechsel einer Zimmerfrau an die Rezeption. Im November 2018 konnten wir die Stelle jedoch neu besetzen und somit hat sich der Einsatz der Fa. Radonic sehr reduziert. Die Arbeitnehmerüberlassung im Bereich Housekeeping ist oft ein anrühiges Business. Deshalb war es uns wichtig für den GWÖ-Bericht besonders hinzuschauen. Wir können aber sagen, dass die Zusammenarbeit mit Milan Radonic sehr vertrauenswürdig ist. Sein Unternehmen ist sehr klein. Er kennt alle seine Mitarbeiterinnen bestens. Und er schickt uns auch nur Mitarbeiterinnen, die das Haus kennen und dann regelmäßig bei uns arbeiten. Wir konnten uns überzeugen, dass es Arbeitsverträge gibt und Prüfungen zur Sozialversicherung stattfinden.

Ein weiterer wichtiger Dienstleister ist die Fa. Karadoukas. Während wir unsere Handtücher im Haus waschen, geben wir die Bettwäsche und Tischwäsche zum Waschen und Mangeln nach draußen. Die Fa. Karadoukas hat ihren Sitz in Karben bei Frankfurt. Da auch die Hotelwäschereien nicht immer den besten Ruf haben, haben wir auch dieses Unternehmen näher betrachtet. Unsere Hausdame war schon mehrmals in den Betriebsräumen von Karadoukas um Probleme zu besprechen. Leider war es auch nach mehrmaligen Nachfragen nicht möglich einen Gesprächstermin mit dem Inhaber zu verabreden. Wir werden uns wohl in den nächsten 2 Monaten von dieser Wäscherei trennen, da auch die Reinigungsqualität immer mehr nachläßt.

In unseren Bädern gibt es ausschließlich BDIH-zertifizierte Naturkosmetik aus der Speick-Thermalserie.

Wir beziehen Öko-Strom von EWS Schönau. Da uns der Kontakt zu unserem regionalen Stromanbieter auch wichtig ist, beziehen wir unser Erdgas von der Mainova Frankfurt. Und wir planen gerade mit der Mainova zusammen eine E-Tankstelle in unserem Hof.

Für die Reinigung der Zimmer verwenden wir Bio-Putzmittel von Almawin. Dort sind wir gerade auf der Suche nach einem Unternehmen mit größeren Gebinden. Wir hätten gern 5L-Kanister, die wir in kleinere Flaschen umfüllen können.

Für unser Backoffice bestellen wir alle Materialien bei der Memo AG, einem nachhaltigen Büro- und Papierprodukte-Händler.

Die Seminarmöbel (Tische, Stühle, Flipcharts, Pinwände usw.) und die Verbrauchsmaterialien (Flipchart-Papier, Moderationsmaterial, Stifte usw.) kommen vom Tagungsspezialisten Neuland bei Fulda. Seit Eröffnung des Hotels beziehen wir das gesamte Seminarequipment bei diesem mittelständischen Unternehmen. Wir haben das Unternehmen mehrmals besucht, und sind uns auch bei Reklamationen immer einig geworden. Die Fa. Neuland hat eine eigene Fertigung von Seminartischen am Firmenstandort. Und für fast alle Möbel kann man Ersatzteile nachbestellen und somit kleine Reparaturen selbst durchführen.

Alle unsere Versicherungen fürs Hotel haben wir bei der Fa. Allianz abgeschlossen. Es gibt nach unserem Wissen keine Versicherungen derzeit, die ein Augenmerk auf ethische Anlagen haben. Somit gibt es hier keine Alternative. Positiv ist aber anzumerken, dass wir von der Allianz-Agentur Steffen Raab betreut werden. Hier handelt es sich um einen echten Familienbetrieb, der vor 2 Jahren vom Vater auf den Sohn übertragen wurde. Mit Steffen Raab können wir alle Themen schnell und unbürokratisch besprechen, und sind somit keinem Call-Center ausgesetzt. Bei größeren Schäden ist er auch direkt vor Ort, Entscheidungen werden schnell getroffen und die Schadensregulierung war immer prompt.

Wir möchten anmerken, dass wir den Fragenbogen für die Lieferanten nicht optimal fanden. Die komplizierten und von der Realität eines Betriebes weit entfernten Fragestellungen haben die Lieferanten abgeschreckt. Von 9 ausgesandten Fragebögen wurden nur 5 beantwortet. Wir haben zweimal nachgefragt und auch Unterstützung bei der Beantwortung der Fragen angeboten – vergeblich.

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Bewertung: Skalenwert 0

Wir bestätigen hiermit, dass soweit es in unserer Kenntnis liegt, die Menschenwürde in der Zuliefererkette bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht verletzt wird.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Bewertung: Skalenwert 5

Die Beziehungen zu all unseren Lieferanten sind von Fairness und Langfristigkeit geprägt. Bei der Auswahl unserer Lieferanten spielt nicht der Preis eine Rolle, sondern die Qualität der Beziehung und die Qualität des Produkts oder der Dienstleistung. Wir haben zu unseren Lieferanten immer sehr langjährige und wertschätzende Beziehungen.

Wir bevorzugen immer, soweit auf dem Markt vorhanden, Lieferanten mit einem besonderen Engagement im Bereich Nachhaltigkeit und Fairness. Wenn dies durch eine Zertifizierung nachgewiesen werden kann, umso besser. Im Bereich Lebensmittel, Getränke und Kosmetik sind alle unsere Lieferanten bio-zertifiziert. Wir arbeiten auch bevorzugt mit kleinen und mittelständischen Unternehmen zusammen, wo die Kontakte zu den Inhabern und den Mitarbeitern von Langfristigkeit und Vertrauen geprägt sind. Bei Problemen besprechen wir uns mit dem jeweiligen Unternehmen und finden i.d.R. einen Kompromiss, der für beide Seiten stimmig ist. Wir wollen gegenüber unseren Lieferanten nicht auftreten nach dem Motto „der Kunde ist König“, sondern partnerschaftlich auf Augenhöhe.

Von Lieferanten, wo es von morgens bis abends um einen maximal günstigen Preis geht, wenden wir uns ab bzw. kommen mit solchen Unternehmen erst gar nicht zusammen.

Auch unsere Handwerksbetriebe begleiten uns größtenteils seit Eröffnung des Hotels. Unser Malermeister Volker Pitz, unser Parkett- und Teppichleger Alfred Knodt, die Schreinerei der Familie Breitenbach und der Fensterbauer Thorsten Pohl sind seit Anbeginn dabei. Wenn es um eine Beauftragung geht, wird der angebotene Preis i.d.R. akzeptiert, weil wir von der Ehrlichkeit dieser Unternehmer überzeugt sind. Bei den Ausführungszeiten richten wir uns meist nach den Handwerksbetrieben, weil wir wissen, dass sie sich an die vereinbarten Termine halten. Unsere Beziehungen sind von gegenseitiger Verlässlichkeit, Solidarität und Wertschätzung geprägt.

Bei unseren Dienstleistern Leitz & Schwarzbauer und Milan Radonic sind wir bemüht die uns überlassenen Mitarbeiter gut in unser Unternehmen einzubinden. Bei der Fa. Milan Radonic gelingt dies gut, da uns die gleichen Mitarbeiter über einen langen Zeitraum begleiten. Bei der Firma Leitz & Schwarzbauer ist dies schwieriger, da die Mitarbeiter, die uns für Veranstaltungen vermittelt werden, ständig wechseln. Wir bemühen uns dem jeweiligen Mitarbeiter für seinen Einsatz eine gute Unterstützung zu geben, damit er sich im Haus wohl fühlt und gut zurecht findet. Dies erfordert von den eigenen Mitarbeitern allerdings einen großen Einsatz. Daher sind wir hier auf der Suche nach eigenen Servicemitarbeitern.

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Bewertung: Skalenwert 0

Wir können bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht ausgenutzt werden.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

Bewertung: Skalenwert 9

Als Mitglied im Verein der Biohotels stammen alle Lebensmittel aus 100% biologischer Erzeugung. Das heißt alle Lieferanten sind bio-zertifiziert und auch deren Lieferanten sind wieder bio-zertifiziert. Wir kaufen überwiegend saisonal und wenn immer möglich regional ein. Wir bevorzugen Bio-Produkte der Bio-Anbau-Verbände Biokreis, Naturland, Bioland und Demeter. Wir sind Partner von Bioland.

Wir beziehen ausschließlich Ökostrom von EWS Schönau. Unseren Gästen und unseren Mitarbeitern stellen wir 4 Fahrräder für Ausflüge und Dienstfahrten zur Verfügung. Unser Koch Andreas Müller benutzt für alle seine Einkäufe ein Bakfits-Lastenfahrrad.

In unseren Bädern gibt es die BDIH-zertifizierte Naturkosmetik von Speick.

Im Backoffice verwenden wir Recycling-Druckerpapier, und unsere Geschäftsausstattung ist FSC-zertifiziert.

Die ökologischen Risiken in der Lieferkette werden bei zertifizierten Unternehmen sehr reduziert, da Überprüfungen ja regelmäßig stattfinden. Und wir kennen in Frankfurt und Umgebung die meisten nachhaltigen Unternehmen. Man trifft sich regelmäßig auf Netzwerk- und Informationsveranstaltungen und tauscht sich aus.

Der Anteil an Lieferanten mit einer Bio-Zertifizierung (und somit eine ökologisch höherwertige Alternative darstellen) beträgt im Lebensmittelbereich 100%.

Für das Waschen unserer Handtücher und unsere Geschirrspülmaschine in der Küche kommen leider keine ökologischen Waschmittel und Geschirrspülmittel zum Einsatz. Die Produkte der Fa. Almawin haben leider zu Verkalkung der Geräte geführt. Außerdem war bei den Handtüchern das Waschergebnis nicht überzeugend. Und wir können es uns natürlich nicht erlauben, nach 5-6 Jahren bereits wieder neue Geräte anzuschaffen. Wir haben dies der Fa. Almawin mitgeteilt, damit sie ggfs. ihre Produkte im Hotelbereich überarbeiten können.

Vom 01.04. 2018 bis 30.04.2019 haben wir im Unternehmen mit dem WDC „Whale und Dolphin Conservation“ und der Fa. BRITA eine „Plastik-Challenge“ durchgeführt. Die WDC ist eine gemeinnützige Arten- und Tierschutzorganisation, die sich ausschließlich dem Schutz von Walen und Delfinen sowie deren Lebensraum verschrieben hat. Wir haben alle 3 Bereiche (Küche, Etage, Backoffice) nach Möglichkeiten durchforstet, wo wir Plastik einsparen oder reduzieren können. Ein Team bestehend aus Christiane Hütte und Mitarbeitern aus allen 3 Abteilungen hatte eine Jahr lang fleißig recherchiert und umgesetzt.

Beim Frühstück hatten wir sowieso schon keine Einwegpackungen mehr. Die Joghurt-Plastikbecher, wurden durch 500g-Glasbecher ersetzt. Den Orangensaft gibt es nur noch in Glasflaschen. Die Butter nur noch im Block, und die Marmelade im 250g-Marmeladen-Glas.

An der Bar gibt es herzhaftere Snacks aus einem großen 500g Glas (lose abgefüllt im Bio-Supermarkt). Die Kekse für die Seminarveranstaltungen werden vom Bio-Bäcker lose und unverpackt angeliefert. Die Aluminium-Teelichter wurden durch nachfüllbare Glas-Teelichter ersetzt. Die Textmarker wurden durch Buntstifte ersetzt. Auf der Etage wurden große Plastiksäcke für Restmüll durch kleine ersetzt. In den Bädern gibt es ausschließlich nachfüllbare Spender für Handseife und Duschgel. Kleine Produkte haben wir bis auf Schuhschwämme keine. Die Plastik-Laundry-Bags wurden in 2019 durch Stoffbeutel ersetzt.

In Frankfurt sind wir seit unserer Bio-Zertifizierung in 2008 immer noch das einzige Bio-Hotel. Wir stellen unser Wissen auch interessierten Hotels und anderen Unternehmen gern zur Verfügung. Aber das Interesse ist verhalten. Bei den anderen Hotels spielt nach wie vor der Preis einer Anschaffung oder Dienstleistung die größte Rolle. Auch andere nachhaltige Themen wie E-Mobilität, Plastik-Einsparen, CO₂-Fußabdruck usw. werden von den anderen Hotels bislang wenig aufgenommen.

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Bewertung: Skalenwert 0

Wir können bestätigen, dass keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Bewertung: Skalenwert 3

Wir pflegen mit unseren Lieferanten einen offenen Kommunikationsstil. Wenn uns bei Lieferanten zu Ohren kommt, dass z.B. Arbeitnehmerrechte oder gesetzliche Auflagen nicht eingehalten werden, sprechen wir dies sofort an. Und trennen uns auch prompt von diesem Lieferanten, wenn er nicht bereit ist, uns vollumfänglich Auskunft zu geben. Wir haben also kein systematisches Prüfverfahren für Transparenz und Mitentscheidung – reagieren aber sehr prompt, wenn uns bei einem Unternehmen Zweifel kommen.

Uns ist kein Label für Transparenz und Mitentscheidung bekannt. Somit können wir hier auch keinen Anteil der Unternehmen angeben.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Bewertung: Skalenwert 10

Die Villa Orange ist ein Einzelunternehmen. Inhaberin ist Christiane Hütte. Alle Anfangsfinanzierungen durch Banken sind seit 12 Jahren getilgt. Die Eigenkapitalquote liegt bei 100%.

Alle Investitionen werden aus eigenen Mitteln geleistet. Es wird auch nicht angestrebt andere Finanzierungsmöglichkeiten zu finden. Unsere Hausbank ist die Frankfurter Volksbank. Sie ist keine ausgewiesene Nachhaltigkeitsbank, aber seit Eröffnung der Villa Orange in 2000 gibt es immer die dieselben Ansprechpartner. Man landet nicht in einem Callcenter sondern kann sich persönlich (Filiale in Laufnähe) oder telefonisch an seinen persönlichen Ansprechpartner wenden.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Bewertung: Skalenwert 10

In 2018 wurden folgende Investitionen durchgeführt, die ausschließlich aus eigenen Mitteln finanziert wurden (brutto):

- Einrichtung von 4 Einzelzimmern mit Eiche-Natur-Möbeln im 4. OG von unserer Schreinerei Breitenbach EUR 30.340,--
- Isolierung von Außenwänden im Erdgeschoss und Keller gegen Feuchtigkeit durch Verbringen von Heißwachs in die Wände von Fa. Isotec EUR 15.713,--

Für 2019 stehen folgende Investitionen an bzw. wurden bereits durchgeführt:

- Sanierung der Flure in allen 4 Etagen:
 - > Spachteln und Anstrich der Wände mit einer Echtpigmentfarbe, Fa. Pitz EUR 25.000,--
 - > Verlegen eines Naturfaser Tretford-Teppichs Fa. Knodt (70% Ziegenhaar, 30% Polyamid) EUR 10.479,--
- Ausstattung von 4 Zimmern mit Eiche-natur-Dielenböden von der Fa. Knodt EUR 13.355,--
- Austausch von Matratzen im Haus im Zeitraum September 2018 bis August 2019 EUR 10.961,--

Auch diese Investitionen werden wieder ausschließlich aus eigenen Mitteln finanziert. Es werden nur Investitionen getätigt, die ohne Risiko machbar sind. Dafür stellt das Geschäftskonto ausreichend Mittel zur Verfügung.

Von Christiane Hütte werden keine Ansprüche an Kapitalerträge gestellt.
Auszuschüttende Kapitalerträge gibt es nicht.

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Bewertung: Skalenwert 0

Wir können bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Bewertung: Skalenwert 6

Grundsätzlich steht die Ökologie bei sämtlichen Investitionen an oberster Stelle.
Alle Sanierungen in 2018 und 2019 sind ökologische Sanierungen (siehe Punkt B2).
Es kam immer eine ökologisch bessere Alternative zum Einsatz: Ein Kunststoff-Faser-Teppich wurde beispielsweise durch eine Naturfaser-Teppich (Ziegenhaar) oder durch Eiche-natur-Dieleböden ersetzt. Kunststofffarben wurden durch Echtpigment-Farben ersetzt.

Eine Investition, die in den nächsten 2-3 Jahren ansteht, ist eine neue Heizung. Unsere aktuelle Heizung, die mit Gas betrieben wird, ist von 1994 und somit nicht mehr energieeffizient. Der Finanzbedarf dürfte bei EUR 30.000,-- liegen.

Unsere Kunstfaser-Teppiche haben ebenfalls ökologisches Verbesserungspotential. Deshalb werden in den nächsten 4-5 Jahren in den Zimmern Eiche-Natur-Dielenböden gelegt. Das werden pro Jahr ca. 4-5 Zimmer sein. Somit liegt hier der Finanzbedarf bei ca. EUR 12.000,-- pro Jahr.

Dann wollen wir in unserem Hof eine E-Tankstelle mit 2 Ladepunkten einrichten. Hier warten wir noch auf die Genehmigung der Mainova (lokaler Energieanbieter). Der Finanzbedarf für diese Investition liegt bei ca. EUR 4.000,--.

Alle Investitionen werden aus eigenen Mitteln finanziert.

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Bewertung: Skalenwert 0

Hiermit bestätigen wir, dass unser Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Bewertung: Skalenwert 0

Die Villa Orange ist seit Eröffnung im Jahr 2000 ein Einzelunternehmen. Alleinige Inhaberin ist Christiane Hütte. Sie haftet zu 100% für das Hotel. Eine Eigentumsbeteiligung, welcher Gruppen auch immer, ist nicht geplant.

Bei Anschaffungen entscheiden immer die Mitarbeiter, die von der Anschaffung betroffen sind, mit. Bei Anschaffungen im Housekeeping sind also immer die Hausdame und mindestens eine Zimmerfrau bei der Entscheidungsfindung dabei. Bei kleineren Anschaffungen um die EUR 500,-- entscheidet die Hausdame z.T. auch selbst.

Bei der Anschaffung einer neuen Hotelsoftware in 2018 waren alle Rezeptionsmitarbeiter bei der Entscheidungsfindung beteiligt.

Bei Anschaffungen ist die Vorgehensweise wie folgt: Christiane Hütte erstellt mit den Mitarbeitern zusammen einen Kriterienkatalog. Dann werden von den Mitarbeitern oder Christiane Hütte Angebote eingeholt. Die Angebote werden gemeinsam gesichtet und dann gibt es eine gemeinsame Entscheidung.

Eine Umfrage bei den Mitarbeitern der Villa Orange zeigte, dass die Mitarbeiter sehr wohl mitentscheiden und vor allem mitgestalten wollen, eine Miteigentümerschaft ist aber für die Mitarbeiter nicht erstrebenswert. Es gibt derzeit nicht einen einzigen Mitarbeiter, der gern Miteigentümer wäre.

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Bewertung: Skalenwert 0

Wir können bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Bewertung: Skalenwert 8

Die Unternehmenskultur der Villa Orange ist von Respekt, Wertschätzung und Toleranz geprägt. Christiane Hütte liegen diese Werte sehr am Herzen, deshalb wurde in 2010 in 2 Workshops mit den Mitarbeitern ein Leitbild für die Villa Orange erarbeitet. Dieses Leitbild wurde in 2016 und 2017 in 2 weiteren Workshops als Unternehmensvision fortgeschrieben. Diese Werte sind aber nicht selbstverständlich „da“, sondern müssen immer wieder in Gesprächen, Meetings, Teamevents „errungen“ und „erinnert“ werden. Und manchmal auch durch Ermahnungen und Abmahnungen „geschützt“ werden.

Bei uns arbeiteten zum 01.01.18 28 Mitarbeiter aus 8 Nationen. Wir sind offen für alle Nationen, Religionen und Kulturen. Voraussetzung ist immer der gegenseitige Respekt. Uns ist es am liebsten, wenn die Teams (Etage, Küche, Rezeption) nach Alter und Geschlecht maximal durchmischt sind. Während uns diese Durchmischung an der Rezeption gut gelingt, haben wir im Küchenteam und im Housekeeping fast ausschließlich Frauen. Hier wäre auch ein männlicher Mitarbeiter willkommen. Zum 01.01.18 arbeiteten in der Villa Orange 16 Frauen und 12 Männer, wobei der jüngste Mitarbeiter 33 Jahre alt und der älteste 76 Jahre alt war. Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beträgt 9,2 Jahre. Betriebsunfälle hatten wir im Berichtszeitraum keine.

Wir hatten in 2018 folgende Krankheitstage im Schnitt pro Mitarbeiter:

Housekeeping	Küche	Rezeption	Gesamt
9,6 Krankheitstage	5,7 Krankheitstage	5,4 Krankheitstage	6,6 Krankheitstage

Wir führen keine Statistik über Mitarbeiter, die trotz Krankheit in den Betrieb kommen. Wie soll hier eine Einschätzung vorgenommen werden?

Alle Gesetze zum Arbeitsschutz werden umgesetzt. Eine betriebliche Gesundheitsförderung wie z.B. Sportangebote bieten wir nicht an. Es gibt jedoch in allen Teams regelmäßig Treffen, wo zwischenmenschliche Themen ihren Raum haben: jede Abteilung hat pro Jahr 3-4 Teammeetings, wo alle Themen und Probleme besprochen werden. Da die Villa Orange eine sehr flache Hierarchie hat, können alle Mitarbeiter mit ihren Anliegen jederzeit zu Christiane Hütte kommen. Seit 2016 gibt es im Unternehmen eine Wertschätzungsgruppe mit Mitarbeitern aus allen 3 Abteilungen. Diese Gruppe widmet sich speziellen Themen: diese werden tief beleuchtet und recherchiert und die Ergebnisse dann allen Mitarbeitern zur Abstimmung vorgelegt. So wurde in 2018 zum Beispiel eine freiwillige Vereinbarung für Feiertagszuschläge für Teilzeitkräfte erarbeitet, die weit über die gesetzlichen Standards hinaus geht. Jedes Jahr gibt es ein 2-tägiges Teamevent für alle Mitarbeiter, wo das gemeinsame Erleben und eine gute Kommunikation im Vordergrund stehen. Spezielle fachliche Weiterbildungsmöglichkeiten werden nach Bedarf angeboten. So gab es in 2018 für eine Mitarbeiterin, die von der Etage an die Rezeption gewechselt hat, Englisch-Einzelunterricht.

Bei der Herbstversammlung der Bio-Hotels sind immer 2-3 Mitarbeiter dabei, um die Werte der Bio-Hotels und die Menschen dahinter kennen zu lernen.

In 2018 war ein Mitarbeiter von der Rezeption für 12 Monate in Elternzeit. Die durchschnittliche Elternzeit, wenn man die letzten 5 Jahre zurück blickt, dürfte bei

12 Monaten liegen.

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Bewertung: Skalenwert 0

Wir können bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Bewertung: Skalenwert 4

Wir sind Mitglied im DEHOGA Hessen mit Tarifbindung. Somit gilt für alle Arbeitsverträge der aktuelle Manteltarifvertrag und Entgelttarifvertrag. Alle Mitarbeiter der Villa Orange werden übertariflich entlohnt. Und es gibt auch eine übertarifliche Urlaubsregelung. Aber natürlich ist Frankfurt am Main eine sehr teure Stadt, und wir würden den Mitarbeitern auch gern noch höhere Gehälter bezahlen. Aber leider fallen die Gehälter nicht vom Himmel, sondern müssen erwirtschaftet werden.

Die Gehälter werden in Mitarbeitergesprächen gemeinsam besprochen und festgelegt.

Die Arbeitszeit der Mitarbeiter paßt zu deren aktuellen Lebenssituation und kann sich immer wieder einmal ändern. Zum 01.01.18 haben 7 Mitarbeiter in Vollzeit, 15 Mitarbeiter in Teilzeit und 6 Mitarbeiter in einem geringfügigen Arbeitsverhältnis gearbeitet.

Die Dienstpläne werden von Mitarbeitern der jeweiligen Teams geschrieben. Es dürfen vorab Freiwünsche eingereicht werden und dann wird der Dienstplan erstellt.

Die Arbeitszeiten können in einem Hotelbetrieb extrem schwanken: mal liegt die Auslastung bei 20% - mal liegt sie bei 100%. Dementsprechend ist auch der Bedarf an Mitarbeitern sehr unterschiedlich. Oft ändert sich die Buchungslage auch noch sehr kurzfristig.

Deshalb haben alle Mitarbeiter Arbeitszeitkonten. So sind wir in der Arbeitszeit flexibler. Ein Plus oder Minus an Stunden kann im Folgemonat ausgeglichen werden. Überstunden können mit Freizeit ausgeglichen oder können auch ausgezahlt werden.

Die Arbeitszeit pro Woche liegt nach Manteltarifvertrag bei Vollzeit bei 38,5 Stunden.

Zum 31.12.18 gab es in den einzelnen Abteilungen folgende Überstunden:

Housekeeping	Küche	Rezeption	Gesamt
287 (8 MA)	182 (6 MA)	445 (14 MA)	914 (28 MA)

Diese Überstunden, die im Jahresverlauf nicht durch Freizeit abgegolten werden konnten, wurden zum 31.12.18 (Mindestlohngesetz) ausbezahlt.

Wir sind natürlich der Ansicht, dass Überstunden möglichst zu vermeiden sind.

Für die Etage kamen die Überstunden durch 2 Mitarbeiter zustande, die zu dieser Zeit nicht bereit waren, ihr Stundensoll den Arbeitsanforderungen anzupassen. In der Küche sind die Stundenzahlen bis auf eine Mitarbeiterin sehr ausgeglichen. In der Rezeption kam es in 2018 hauptsächlich durch kranke und fehlende Mitarbeiter zu den hohen Überstunden.

Der Höchst-Bruttoverdienst beträgt EUR 18,-- pro Stunde und der Mindest-Bruttoverdienst beträgt EUR 12,-- pro Stunde. Der Median liegt bei einem Bruttogehalt EUR 15,-- pro Stunde.

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Bewertung: Skalenwert 0

Hiermit bestätigen wir, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Bewertung: Skalenwert 7

Durch unsere Bio-Zertifizierung und die Mitgliedschaft bei den Bio-Hotels erhalten unsere Mitarbeiter ausschließlich Lebensmittel in 100% Bio-Qualität. Ca. 50% der Mitarbeiter nehmen bei uns das Frühstück ein. Und da nach unseren Mittagsbuffets für die Seminarkunden i.d.R. einiges übrig bleibt, besteht die Möglichkeit zu Mittag zu essen und /oder auch Speisen mit nach Hause zu nehmen.

Wie zuvor erwähnt kommen die meisten Lebensmittel von unserem Phoenix-Bio-Großhandel und anderen Bio-Lieferanten, die wir bereits unter Punkt A1 genannt haben.

Die Mitarbeiter nutzten in 2018 folgende Verkehrsmittel:

Zu Fuß	4 Mitarbeiter
Mit dem Rad	4 Mitarbeiter
Mit den Öffentlichen	15 Mitarbeiter
Mit dem Auto	5 Mitarbeiter

Im Hotel gibt es 4 Fahrräder, die von den Gästen aber auch von den Mitarbeitern genutzt werden dürfen. Unser Koch erledigt seine Einkäufe ausschließlich mit dem Bakfitts-Lastenfahrrad.

Die Mitarbeiter nehmen an den Herbstversammlungen der Bio-Hotels und an den Fortbildungsseminaren der Bio-Hotels teil. So gab es in 2018 zum Beispiel einen Seminartag zum Thema „Bio-Frühstück im Hotel“, an denen unser Koch und 2 Frühstücksamen teilnahmen.

Um Mitarbeiter zu ermutigen, ihren Urlaub in anderen Bio-Hotels zu verbringen, bekommen sie einen Rabatt von 50% auf den Zimmerpreis.

Diese Angebote werden von ca. 80% der Mitarbeiter genutzt, obwohl natürlich alle Mitarbeiter dazu Zugang haben. Die Teilnahme ist immer freiwillig.

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Bewertung: Skalenwert 0

Wir können bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Bewertung: Skalenwert 7

Als Einzelunternehmen haben wir eine sehr flache Hierarchie. Es gibt nur eine Führungskraft – und das ist die Hausdame. Insofern gibt es bei uns keine Richtlinien wie Führungskräfte ausgewählt, bewertet oder gar abgesetzt werden.

Die Mitarbeiter haben zu den betriebswirtschaftlichen Zahlen Zugang. Sie werden in Teamworkshops allen Mitarbeitern vorgestellt.

Bei Neueinstellungen sichten wir gemeinsam die Bewerbungsunterlagen. Für das Housekeeping führen die Hausdame Susanne Röder und Christiane Hütte die Bewerbungsgespräche. Bei Bewerbungsgesprächen für die Rezeption, sind beim Gespräch Christiane Hütte und ein weiterer Rezeptionsmitarbeiter dabei. Für das Küchenteam führen die Frühstücksdamen selbst die Bewerbungsgespräche. Dann gibt es pro Bewerber, der in die engere Wahl kommt, mindestens einen Probetag, damit wir uns gegenseitig besser kennen lernen. Danach entscheidet das jeweilige Team zusammen mit Christiane Hütte über die mögliche Einstellung. Dabei hat das Team ein höheres Mitspracherecht als Christiane Hütte. Wenn die Mitarbeiter sich nicht sicher sind, gibt es einen weiteren Probetag.

Langfristige strategische Entscheidungen trifft Christiane Hütte nach Anhörung selbst. Bei allen anderen Entscheidungen werden die Mitarbeiter einbezogen. Bei Anschaffungen für die Zimmer und die öffentlichen Räume oder bei Renovierungsarbeiten in diesem Bereich entscheidet immer die Hausdame mit. Sie ist schließlich für die Reinigung der neuen, Bodenbeläge, Möbel, Matratzen usw. zuständig und möchte sicherstellen, dass alles gut und unkompliziert zu reinigen ist. In der Rezeption wurde in 2018 z.B. eine neue Hotelsoftware ausgesucht. Bei dieser Entscheidung wurden explizit alle Rezeptionsmitarbeiter einbezogen.

In der Küche recherchieren die Frühstücksdamen und der Koch selbst bei Neuanschaffungen. So wurde z.B. in 2018 auf Empfehlung des Kochs eine neue Winterhalter-Spülmaschine angeschafft, die seitdem wesentlich zuverlässiger und schneller arbeitet als die alte.

Man könnte sagen, dass die Mitarbeiter bei rund 80% unserer Themen „aktiv mitentscheiden“. Bei den restlichen 20% strategischer Entscheidungen wird gemeinsam diskutiert, die finale Entscheidung trifft aber Christiane Hütte.

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Bewertung: Skalenwert 0

Wir können bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt.

D1 Ethische Kundenbeziehung

Bewertung: Skalenwert 3

Unsere Kunden finden uns in der Regel über das Internet, also über unsere Homepage. Ein wichtiger Vertriebskanal ist sicher auch unsere Mitgliedschaft bei den Bio-Hotels. Über deren Homepage und den Bio-Hotels-Katalog, der in vielen Bio-Supermärkten und anderen nachhaltigen Unternehmen ausliegt, bekommen wir viele Gäste.

Dann haben wir als einziges bio-zertifiziertes Hotel in Frankfurt auch ein Alleinstellungsmerkmal. Darüber hinaus werden wir in vielen Städteführern als individuelles und familiäres Bio- und Boutique-Hotel empfohlen. Sehr wichtig ist natürlich auch die Mund-zu-Mund-Propaganda von begeisterten Gästen.

Unsere Stammkunden fühlen sich bei uns sehr wohl, da sie sehr persönlich betreut werden. Viele Mitarbeiter sind seit Anbeginn dabei und kennen „ihre Gäste“.

Jeder Gast, der bei uns direkt bucht, muss bei Check-in zur Legitimation auch nicht seine Kreditkarte zücken. Wir gehen davon aus, dass unsere Gäste ehrlich sind und bei Abreise auch bezahlen.

Unsere Seminarkunden laden wir 3mal im Jahr zu Vortragsabenden mit interessanten Rednern ein. Dabei zeigen wir unseren Kunden Neuigkeiten in der Villa Orange und verwöhnen sie mit ausgewählten Spezialitäten aus unserer Bio-Küche. Die Gäste haben außerdem die Möglichkeit, ihre Belange persönlich mit ihren Ansprechpartnern Christiane Hütte und Yücel Korkmaz zu besprechen. Für unsere Seminarkunden haben wir außerdem einen externen Verkäufer, Sascha Josephowitz. Seit 2005 betreut er gemeinsam mit Christiane Hütte die Seminarkunden in allen Belangen und ist auch bei den Vortragsabenden immer dabei.

Die Villa Orange verfügt über kein Restaurant, hat aber für die Seminar-Mittagsbuffets einen eigenen Koch in 2014 angestellt. Christiane Hütte war es als Bio-Hotel-Mitglied wichtig, den Seminargästen statt drögem Fremdcatering ein kreatives Mittagessen aus ausgesuchten Bio-Zutaten anzubieten. Mit Andreas Müller wurde genau der richtige Koch gefunden, der bei den Seminargruppen bestens ankommt und jedes Mittagessen zu einem Highlight in Sachen Frische, Qualität und Geschmack macht. Soweit gewünscht werden alle Mittagsbuffets von ihm anmoderiert und immer auf die Seminargruppe in ihrer Individualität abgestimmt. Wenn die Seminare 2 oder 3 Tage dauern, dürfen die Gäste sich auch ein bestimmtes Mittagessen wünschen.

Auch unser Frühstück ist ein besonderes Highlight – ist es doch das einzige Bio-Frühstück in ganz Frankfurt und bietet sehr hochwertige Bio-Produkte von ausgesuchten Lieferanten.

Die Villa Orange befindet sich in einem Gründerzeit-Altbau von 1910 mit einem Anbau aus den 60er Jahren. Daher befindet sich die Rezeption im Hochparterre. Somit können Rollstuhlfahrer bei uns nicht übernachten, da eine Treppe mit 10 Stufen zu überwinden ist. In vielen anderen Hotels in Frankfurt bekommt man am Wochenende ein Einzelzimmer zu EUR 70,-- incl. Frühstück. Ein Einzelzimmer in der Villa Orange kostet am Wochenende EUR 105,-- incl. Bio-Frühstück, denn die Bio-Qualität, die wertige Einrichtung und vor allem gut bezahlte Mitarbeiter haben nun mal ihren Preis.

Unser Marketing und unser Vertrieb ist kunden- und werteorientiert. Wir schwätzen niemanden etwas auf, was er nicht braucht und beraten immer gastorientiert.

Wir hatten 2016 mit Yieldmanagement angefangen. Das heißt, dass man für jeden Tag den optimalen Marktpreis ermittelt. Somit hatten wir keine Preisliste mehr, sondern für jeden Tag einen anderen Preis mit zum Teil erheblicher Schwankungsbreite. Das kam bei den Gästen aber gar nicht gut an, da sie sich eine gewisse Preissicherheit wünschten. Und sie konnten diese zum Teil extrem unterschiedlichen Preise auch nicht nachvollziehen. Deshalb haben wir uns Ende 2017 entschieden nur noch ein Yieldmanagement in sehr engen Bahnen zu betreiben. Seit 2018 sind wir quasi wieder zu unserer Preisliste zurück gekehrt.

Unser Marketing, Verkaufs- und Werbebudget setzte sich in 2018 wie folgt zusammen (brutto):

Bio-Hotels-Kooperation	EUR 6.600,--
Brandcom, Internetagentur	EUR 10.012,-- (neue Homepage 2/3 Kosten)
Heike Wolff, Texte, Facebook-Postings	EUR 16.374,-- (Texte für neue Homepage)
Provisionen an HRS, Booking.com, Expedia, Reonline	EUR 45.763,---
Channelmanager + Yield Hotelpartner	EUR 19.432,--
Google Adwords Werbekampagnen	EUR 3.000,-- ca.
Sascha Josephowitz Verkauf	EUR 11.650,--
Sonstige Maßnahmen (kleine Anzeigen, Klimasparbuch usw.)	EUR 3.000,-- ca.

Gesamt	EUR 115.831,--

Es gibt nur fixe Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden. Und es gibt auch KEINE Umsatzvorgaben. Der einzige Verkäufer ist Sascha Josephowitz, der ein fixes Honorar bezieht, und von den Mitarbeitern und unseren Gästen wie ein eigener Mitarbeiter wahrgenommen wird.

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Bewertung: Skalenwert 0

Wir können bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Bewertung: Skalenwert 4

Wir kooperieren regelmäßig mit den Kollegen der Bio-Hotels. Wir tauschen uns telefonisch und persönlich über viele Branchenthemen aus. Wir machen Urlaub bei anderen Bio-Hotels. Bei Gästeanfragen empfehlen wir uns gegenseitig. Somit ist das gemeinsame Ziel der Erfahrungsaustausch und der Gewinn von Gästen.

Dann gibt es in Frankfurt eine Erfa-Gruppe der inhabergeführten 3-Sterne-Hotels. Wir treffen uns ca. 2-3 pro Jahr, immer in einem Mitgliedsbetrieb. Ziel ist hier der Austausch über spezielle Themen des Frankfurter Marktes wie in 2018 z.B. die Einführung einer Tourismusabgabe für unsere Gäste.

Die Villa Orange ist auch Mitglied des Vereins „Umweltforum Rhein Main“. Hier treffen sich regelmäßig Unternehmen, die in irgendeiner Weise nachhaltig unterwegs sind. Das kann E-Mobilität, alternative Energien oder Bio-Verpflegung sein. Wir kommen ca. 3-4 im Jahr zu Veranstaltungen zusammen, wo sich nachhaltige Unternehmen vorstellen. Ziel ist hier der Austausch und die gegenseitige Vernetzung.

Christiane Hütte ist außerdem Mitglied im Verein Netzwerk Achtsame Wirtschaft. Dies ist ein nationales Netzwerk, in dem es darum geht, buddhistische Werte in die Wirtschaft zu bringen. Zusammen mit Henriette Hunger leitet sie die Frankfurter Regionalgruppe, die jedes Jahr zu ca. 9 Achtsamkeits-Veranstaltungen in die Villa Orange einlädt.

Wir unterstützen andere Kollegen oder Nachbarn immer mal wieder spontan: so versorgen wir im Sommer z.B. mehrere Restaurants in der Nachbarschaft mit Eis aus unserer Eiswürfelmaschine, wenn den Kollegen bei hohen Temperaturen die Kühlung ausgeht. Wir verleihen auch Flipcharts, Pinwände, Bettwäsche usw. an Kollegen in Frankfurt, wenn es einmal einen Engpass gibt. Wir unterstützen auch gern jederzeit die Frankfurter Hotel-Kollegen mit unserem Bio-Knowhow, wenn Bedarf besteht. Hier haben bereits einige Gespräche z.B. mit dem Spener Haus stattgefunden.

Der Zeitaufwand für unsere Kooperationen sind pro Jahr im etwa wie folgt:

Bio-Hotels-Mitgliedschaft (Herbstversammlung, Regionaltreffen, Seminare)	5 Tage
Erfa-Gruppe (3 Meetings à 3 Stunden)	9 Stunden
Umweltforum Rhein Main (Mitgliederversammlung, 2 Abende à 4 Stunden)	1,5 Tage
Netzwerk Achtsame Wirtschaft (6 Tage Retreat, 5 Abende à 3 Stunden, 3 Tagesseminare, 3 Tage Orga-Arbeit)	14 Tage ca.

Dann gibt es noch viele spontane Kooperationen, da können wir den Zeitaufwand nicht ermessen.

Wir engagieren uns bei der Bürger AG. Hier hat Christiane Hütte einige Aktien erworben. Mit dem Kapital wird die Bio-Landwirtschaft in der Region Hessen ausgebaut. Eine Dividende ist in dieser Kapitalanlage nicht vorgesehen.

Bei der Herbstversammlung der Bio-Hotels in 2018 haben Christiane Hütte und Chamiene Ehlers-Witt vom Haus am Watt eine Plastik-Arbeitsgruppe initiiert, die sich im Januar 2019 zum ersten Mal in München beim Bio-Großhändler EPOS getroffen hat, um Impulse für weniger Plastik bei Verpackungen zu geben.

Unsere Mitarbeiter haben wir bislang nicht an andere Unternehmen „verliehen“. Uns ist nicht bekannt, dass das rechtlich zulässig wäre. Um ein anderes Hotel mit unseren Mitarbeitern zu unterstützen, müsste der Mitarbeiter ja den Ort wechseln. Auch an Unternehmen anderer Branchen haben wir unsere Mitarbeiter bislang nicht verliehen, und das ist auch nicht vorgesehen.

Wenn uns bei einem unserer Lieferanten bekannt ist, dass es „nicht so gut läuft“, dann haben wir auch schon Aufträge vorgezogen oder auch sehr zügig die Rechnung beglichen. An andere Hotels haben wir bislang Gäste vermittelt, wenn wir ausgebucht sind oder den Eindruck haben, dass das andere Hotel besser zu diesem Gast passt. Für die Anzahl der Vermittlungen haben wir keine Zahlen vorliegen.

Wir haben bislang keine Finanzmittel an andere Unternehmen weiter gegeben.

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Bewertung: Skalenwert 0

Wir können bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird.

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Bewertung: Skalenwert 4

Um unsere Dienstleistung „Übernachtung mit Frühstück“ in Anspruch zu nehmen, muss der Gast natürlich an- und abreisen. Derzeit reisen die Gäste mit dem Zug, dem Auto und dem Flugzeug an. Diese Reisetätigkeit des Gastes führt natürlich zu CO₂-Ausstoß. Da Frankfurt am Main sehr gut mit dem Zug zu erreichen ist, überlegen wir, Anreize zu schaffen, dass unsere Gäste noch häufiger mit dem Zug anreisen.

Da wir als Bio-Hotel bei der Verpflegung 100% Bio-Produkte einkaufen, leisten wir einen hohen Beitrag zum Umweltschutz. Wir beziehen Ökostrom, verwenden Bio-Reinigungsmittel, haben keine Einwegpackungen im Haus, verwenden Recycling-Papier und FSC-zertifiziertes Papier und sind gerade dabei Plastik zu vermeiden oder zumindest zu reduzieren - wo immer es geht. Das sind alles weitere Maßnahmen um die Umwelt zu schützen. Aber es ist uns bewußt, dass z.B. auch Bio-Lebensmittel nicht 100% umweltschonend erzeugt werden. So ist es unser Ziel uns immer wieder zu überprüfen und

zu recherchieren, ob wir nicht ein besseres Produkt finden. Es ist ein Weg - und wir sind noch lange nicht angekommen – aber wir streben zumindest in die richtige Richtung. Wir setzen Umweltschutz vor Gewinnstreben und sind bereit einen höheren Preis für unsere Produkte zu bezahlen.

Was die Nutzung und Entsorgung unserer Produkte angeht, so sind wir z.B. bei unseren Lebensmitteln bemüht maximal wenig wegzuworfen. Die Reste unseres Frühstückbuffets und des Mittagbuffets kommen unseren Mitarbeitern zugute. Wir haben bei unserem Frühstückbuffet auch nicht eine riesen Auswahl an Produkten, sondern lieber weniger aber dafür hochwertige Produkte. Es gibt dann z.B. nur 2-3 Marmeladen, oder auch nur 4 Sorten Wurst zur Auswahl. Derzeit landen leider alle Speiseabfälle in der Restmülltonne, statt in der Bio-Tonne, da die Bio-Tonne nur 1x pro Monat geleert wird.

Die Einkäufe für das Frühstück und das Mittagessen werden zu 60% von unseren Frühstücksdamen zu Fuß und von unserem Koch mit dem Lastenrad erledigt. Lediglich einmal in der Woche liefert unser Bio-Großhändler Phoenix mit dem LKW an.

Unsere Putzmittel sind alles Konzentrate, die wir maßvoll verwenden. Bei der Zimmereinrichtung achten wir darauf, dass alles leicht und effizient zu reinigen ist. Bei allen Neuanschaffungen ist die Hausdame dabei, um sicherzustellen, dass auch Aspekte wie einfaches Handling, eine gute Reinigung und Langlebigkeit der Produkte berücksichtigt werden. Der Einsatz von Plastikmüllsäcken auf der Etage wurde erheblich reduziert.

Die Plastikbehälter, in denen unser Waschmittel angeliefert wird, geben wir den Lieferanten wieder mit. Hier stoßen wir zum Teil auf großen Widerstand, der dann zu Gesprächen bis in die Geschäftsleitung führt. Hier ist unsere Hausdame immer wieder im Gespräch mit unseren Lieferanten und bleibt hartnäckig dran. Um die Wäsche gut zu reinigen und gegen Verkalkung der Waschmaschine vorzubeugen, sind wir leider gezwungen Chemikalien einzusetzen. Das ist nicht optimal, aber wir sehen derzeit keine Alternative. Zumindest hat auch hier unsere Hausdame durchgesetzt, dass die Kanister wieder zurück an die Firma gehen. Unsere Hausdame hat der Firma Almwin Feedback gegeben, was verbessert werden müsste um ihr Bio-Waschmittel weiter zu verwenden.

Auch in der Küche verwenden wir aus denselben Gründen das Reinigungsmittel von Winterhalter.

Wo wir noch zulegen könnten, das ist der Papierverbrauch im Backoffice. Derzeit wird noch zu viel ausgedruckt und wenig digital abgespeichert.

Dass wir ein Bio-Hotel sind und uns die Umwelt am Herzen liegt, kommunizieren wir auf unserer Homepage, in den Zimmerinfos und mit Aufstellern in unserem Frühstücksraum. Bei der Anmoderation der Mittagessen und bei den Informationsabenden für die Seminarkunden weisen wir persönlich auf unsere Nachhaltigkeitsziele hin.

Bei uns gibt es keine Rainforest-Duschen, keine Minibars auf den Zimmern, keine sinnlosen Give-aways oder „All-you-can-eat“-Angebote. Bei unseren Seminaren legen wir nur Notizblöcke und Stifte aus, wenn das explizit gewünscht ist.

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Bewertung: Skalenwert 0

Wir können bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologische Auswirkungen gibt.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Bewertung: Skalenwert 5

Wir sind mit unseren Gästen stets persönlich in Kontakt. Spätestens bei der Abreise bekommen wir ein Feedback. Auf den Zimmern liegen auch Gästefragebögen aus. Als wir unsere Seminarräume neu eingerichtet haben, gab es vorneweg einen Abend mit unseren wichtigsten Seminarkunden, wo sie uns ihre Wünsche und Anforderungen mitgeteilt haben. Bei kleineren Anschaffungen, wie zum Beispiel dem Kauf von 8 Pinwänden haben wir eine Umfrage bei 5 Seminarkunden durchgeführt, und uns dann für ein Modell entschieden.

Wir freuen uns, wenn Gäste Interesse an unserer nachhaltigen Ausrichtung haben und sind selbstverständlich offen für Anregungen und Impulse. Wir können aber nicht sagen, wie hoch der Anteil an Produkten mit sozial-ökologischer Verbesserung ist, die durch unsere Gäste angeregt wurden.

Unsere Gäste und Seminarkunden können sich umfassend über unsere Werte und Produkte informieren: auf unserer Homepage finden sie alle Informationen zum „Bio-Hotel“ und zu den Zimmern und Seminarräumen. Auch unsere Lieferanten sind auf der Homepage aufgeführt. Unser Leitbild hängt in der Lobby aus. Und natürlich hängt unser Bio-Zertifikat im Frühstücksraum aus. Für unsere Mittags- und Abendbuffets gibt es Menuekarten, wo alle Allergene aufgeführt sind. In unserem Frühstücksraum haben die Frühstücksdamen für die Gäste einen Ordner angelegt, wo alle Produkte auf dem Frühstücksbuffet mit ihren Inhaltsstoffen aufgeführt sind.

Wo immer also Inhaltsstoffe ausgewiesen werden müssen, wie z.B. bei Speisen, werden diese den Gästen zugänglich gemacht.

Alle Preise für unsere Produkte sind transparent. Unsere Kunden erhalten IMMER ein schriftliches Angebot und eine schriftliche Bestätigung, aus der sich klar alle Preisbestandteile und Zahlungs- und Stornierungsbedingungen ergeben.

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Bewertung: Skalenwert 0

Wir können bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen Bewertung: Skalenwert 7

Auch wenn wir ein Business-Hotel in einer Großstadt sind, sind wir doch ein sehr persönliches Hotel und sehen uns bewußt als Ruhepool und Rückzugsort. Durch unsere überschaubare Größe, die Mitgliedschaft bei den Bio-Hotels und die sehr persönliche Gästebetreuung von Christiane Hütte und den vielen Mitarbeitern, die seit 20 Jahren dabei sind, erfüllen wir alle Grundbedürfnisse:

- Unsere 100% Bio-Küche trägt zu Gesundheit und Wohlbefinden bei.
- Durch unsere 24 Stunden besetzte Rezeption, die bürgerliche Umgebung und die Polizeistation um die Ecke dürfen sich die Gäste bei uns beschützt und sicher fühlen.
- Die herzliche Betreuung an der Rezeption erfüllt das Bedürfnis der Gäste nach Zuneigung. Beim Frühstück könnte die Gästebetreuung besser sein, dort steht derzeit die Effizienz im Vordergrund, was auch ein guter Wert ist, aber der Gästekontakt leidet darunter.
- Gästewünschen und Gästebeschwerden begegnen wir mit Verständnis und Einfühlung. Das kann aber auch einmal ein freundliches „nein“ sein, wenn Anliegen nicht sofort abgestellt werden können, oder auch nicht mit unseren Werten in Einklang sind.
- Unsere Seminargäste dürfen sich bei den Mittagsbuffets mit Wünschen einbringen. Und entscheiden auch bei der Anschaffung von Seminarequipment mit.
- In unseren sauberen, liebevoll gestalteten und wertig eingerichteten Zimmern fühlen sich unsere Gäste geborgen und wertgeschätzt.
- Muße und Erholung von der Arbeitswelt finden unsere Gäste abends auf unserer Sonnenterrasse, in der Hotelbar und in der Bibliothek. Bücher finden sich im ganzen Haus – auch auf den Zimmern - als bewußter Gegenpool zum ständigen online-sein.
- Wir fördern kreatives Schaffen, indem wir professionell und wohnlich eingerichtete Seminarräume bieten und die Gäste mit einer leichten kreativen Bio-Küche verwöhnen.
- Es ist bestimmt identitäts- und sinnstiftend in Frankfurts einzigem Bio-Hotel zu wohnen. Dazu kommen noch unsere vielen anderen Engagements wie unser Plastikprojekt, Werte-Workshops für die Mitarbeiter, Aktionär bei der Bürger AG usw. und unsere Mitgliedschaft bei Netzwerk Achtsame Wirtschaft und dem Umweltforum Rhein-Main.
- Freiheit und Autonomie sind uns ein sehr wichtiger Wert. Sie dürfen von unseren Mitarbeitern und Gästen voll und ganz gelebt werden. Beides muss natürlich im Einklang mit den Werten der Villa Orange sein.

Die Preise in der Villa Orange sind nicht günstig, da Bio-Lebensmittel, eine wertige, langlebige Einrichtung und gute Gehälter für die Mitarbeiter eben ihren Preis haben. Somit sind wir kein „Luxusprodukt“, da sich alles in einem vernünftigen und suffizienten Rahmen bewegt.

Wir unterstützen die Entwicklung von

- Menschen durch eine gesunde Ernährungsweise mit 100% Bio bei der Verpflegung (100%).
- der Erde/Biosphäre durch Ökostrom, 100% Bio-Lebensmittel, Plastikprojekt, Naturkosmetik, Bio-Reinigungsmittel, FSC-Papier, Recycling-Papier usw. (30%).
- gesellschaftlichen und ökologischen Problemen laut UN-Entwicklungszielen nur bedingt. Bei den 17 Zielen können wir unmittelbar sehr wenig beitragen, da es die Problematiken z. T. vor unserer Haustüre nicht gibt oder wir durch unsere Größe auch wirtschaftlich und politisch nicht den Einfluss haben etwas zu bewirken. Wir sind uns aber bewusst, dass wir dennoch in vielen Punkten „von weitem“ mitwirken können. So trägt unser Plastikprojekt z.B. zur Bewahrung der Ozeane und Meere bei. Durch den Bezug von Ökostrom tragen wir zu einer verlässlichen, nachhaltigen Energiesicherung bei. Durch den Bezug von 100% Bio-Produkten schützen wir Landökosysteme auf der ganzen Welt (5%).

Alle unsere Dienstleistungen bieten einen Mehrfachnutzen oder zumindest Einfachnutzen. Es gibt keinerlei Dienstleistungen mit Pseudonutzen oder gar Negativnutzen.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Bewertung: Skalenwert 0

Wir können bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Bewertung: Skalenwert 6

Die Villa Orange beschäftigte in 2018 28 Mitarbeiter und bezahlte für diese alle in Deutschland gesetzlich vorgeschriebenen Abgaben und Beiträge – ohne dabei irgendwelche Förderungen oder Subventionen zu erhalten.

Wir unterstützen jedes Jahr das japanische Filmfestival „Nippon Connection“ und das Filmfestival „Lichter Filmfest“ mit kostenfreien Übernachtungen der Teilnehmer im Wert von ca. EUR 800,-- jeweils.

In 2018 hat die Villa Orange an folgende gemeinnützige Organisationen insgesamt EUR 4.906,-- gespendet:

- Netzwerk Achtsame Wirtschaft
- Tasso e.V.
- WWF Deutschland
- Deutscher Tierschutzbund e.V.
- Hospizgemeinschaft Mittelrhein
- Foodwatch e.V.
- Caritasverband Frankfurt e.V.
- Lust auf besser leben gGmbH
- Ärzte ohne Grenzen e.V.
- EIAB (Europäisches Institut für angewandten Buddhismus)
- Deutsches Steuerzahlerinstitut.

Bei den Spenden haben wir keine Vorteile. Bei den beiden Filmfestivals wurden wir teilweise als Förderer im Programmheft erwähnt. Somit haben wir vielleicht einen mittelbaren PR-Nutzen, aber keinen unmittelbaren Vorteil.

Für das Netzwerk Achtsame Wirtschaft stellen wir unsere Räumlichkeiten, und wenn benötigt, auch die Verpflegung zum Selbstkostenbeitrag zur Verfügung. Christiane Hütte leitet zusammen mit Henriette Hunger ehrenamtlich die Frankfurter Regionalgruppe. Das Wirtschafts-Netzwerk und die Villa Orange als Business Hotel befruchten sich gegenseitig: viele Interessierte werden auf unserer Homepage oder Flyer im Hotel auf das Netzwerk aufmerksam und melden sich für Veranstaltungen an. Das Netzwerk paßt wiederum sehr gut zu unseren Werten und unterstützt und vertieft diese. Christiane Hütte hat bislang vor allem persönlich vom Netzwerk profitiert und läßt immer wieder dessen Werte in ihren Führungsstil einfließen.

Im Hotel findet außerdem einmal im Monat ein literarischer Salon statt, in dem namhafte Autoren und Verlage ihre Bücher vorstellen. So unterstützt die Villa Orange die Kulturlandschaft in Frankfurt mit interessanten Lesungen. Und auf der anderen Seite lernen interessierte Frankfurter Bürger die Villa Orange kennen.

Das Kulturamt in Frankfurt veranstaltet jedes Jahr ein Lesefestival. Die Autoren werden in der Villa Orange zu vergünstigten Raten untergebracht. Zum einen fühlen sich die Autoren in einem kleinen sehr persönlich geführten Hotel sehr wohl und zum anderen unterstützen wir die sehr interessanten Veranstaltungen des Kulturamts sehr gern.

	2017	2018
Umsatz	EUR 1.517.239,--	EUR 1.525.720,--
Einkommensteuer	EUR 46.096,--	EUR 22.785,--
Sozialversicherungsbeiträge Mitarbeiter	EUR 123.045,--	EUR 117.793,--
Lohnsteuer Mitarbeiter	EUR 49.159,--	EUR 54.672,--
Förderungen/Subventionen	Keine	Keine
Nettoabgaben	EUR 218.300,--	EUR 195.250,--
Gewinn vor Steuern	EUR 196.773,--	EUR 134.332,--
Netto-Abgabenquote	111%	128%

Die geldwerten, freiwilligen Leistungen liegen jährlich bei ca. EUR 9.000,--
Davon dürfte der Nutzen in EURO bei ca. EUR 3.000,-- liegen.

Unsere gesamte Buchhaltung und unsere Jahresabschlüsse werden von der Wirtschaftsprüferin und Steuerberaterin Sabine Haben-M'hadhbi erledigt, kontrolliert und geprüft. Im übrigen sind wir von morgens bis abends damit beschäftigt alle Regeln, Gesetze, Verordnungen usw. einzuhalten, was schon sehr, sehr schwer ist. Als werteorientiertes Bio-Hotel sind wir von illegitimer Steuervermeidung, Korruption und negativem Lobbyismus weit entfernt.

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Bewertung: Skalenwert 0

Wir können bestätigen, dass wir keinerlei Praktiken betreiben, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Bewertung: Skalenwert 0

Wir können bestätigen, dass wir selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreiben. Und Lobbying-Aktivitäten betreiben wir nicht und müssen somit auch nichts offenlegen.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Bewertung: Skalenwert 4

Die Dienstleistung im Hotel beginnt mit der Zimmerbuchung. Dann reist der Gast an, verbringt einige Zeit bei uns und reist dann wieder ab.

Das Buchen, das i.d.R. per Email oder online erfolgt, dürfte für die Umwelt unproblematisch sein. Allerdings hört man in den Medien immer öfter, dass die Rechenzentren, die unsere Daten hosten und verarbeiten, einen immensen Strom verbrauchen.

Dann reist der Gast im Hotel an. Hier haben wir keinen großen Einfluss, ob er mit dem Zug, dem Auto oder dem Flugzeug anreist. Wenn der Gast aus den USA kommt, ist er quasi gezwungen mit dem Flugzeug anzureisen. Reist der Gast aus Hamburg an, hat er die Wahl zwischen Zug, Flugzeug und Auto. Im Hof haben wir Fahrradständer, und es ist die Anschaffung einer E-Tankstelle geplant. Leider warten wir seit März 2019 auf eine Zusage der Stadt Frankfurt. Durch die E-Tankstelle würden wir einen Anreiz schaffen mit dem E-Auto anzureisen.

Während der Gast im Hotel verweilt, muss er verpflegt werden. Hier leisten wir durch unsere 100% Bio-Verpflegung einen positiven Beitrag zur Umwelt. Während seines Aufenthalts kommen auch andere positive Aspekte wie umweltschonende Bio-Putzmittel, bio-zertifiziertes Duschgel in den Bädern und Bio-Baumwolle bei der Bettwäsche und den Handtüchern zum Einsatz. Wir heizen derzeit noch mit Gas. Ansonsten beziehen wir Ökostrom aus Wasserkraftwerken von EWS-Schönau. Nach Abreise des Gastes muss dessen Müll entsorgt werden. Hier trennen wir den Müll nach Restmüll und Papiermüll auf der Etage. Ansonsten wird im Haus nach Restmüll, Papiermüll und Verpackungsmüll getrennt. Wir haben auch eine Bio-Tonne, aber die wird nur einmal im Monat geleert. So

landen unsere ganzen Essenreste in der Restmülltonne, um Gestank und Schimmel in der Bio-Tonne zu vermeiden. Im ganzen Haus vermeiden wir Einwegpackungen und versuchen, wo immer möglich, Plastikverpackungen durch Glasbehälter zu ersetzen.

Durch unsere Mitgliedschaft bei den Bio-Hotels sind wir ehc-zertifiziert. Erfasst wurde der CO₂-Fußabdruck. Dieser betrug in 2017 11,44kg CO₂ pro Gast/Nacht (Gruppenergebnis 12,29kg pro Gast/Nacht). Des weiteren wurde untersucht, wie nachhaltig unser Hotel ist. Dazu wurden die Ziele für nachhaltigen Tourismus der Welttourismusorganisation (UNWTO) sowie der Vereinten Nationen (UN) im Sustainable Tourism Development Index (STDI) abgebildet. Unser STDI beträgt 68,6 von 100 (Gruppenergebnis 70,65).

Die Zertifizierungsstelle Fokus Zukunft ermittelt derzeit für alle Bio-Hotels für 2018/2019 unseren CO₂-Abdruck. Dieser soll alle 2 Jahre ermittelt werden. So können wir sehen, ob wir uns verbessern und wie wir im Vergleich zu ähnlichen Hotels abschneiden. Der CO₂-Wert wird auf unserer Homepage veröffentlicht.

In der folgenden Tabelle finden sich die Messwerte, die bei Fokus Zukunft erhoben wurden:

	Gesamt	Pro Mitarbeiter (bei 28 MA)
Stromverbrauch	86.661kwh	3.095 kwh
Gasverbrauch	276.121 kwh	9.861 kwh
Verbrauch Trinkwasser	2.210 Kubikmeter	79 Kubikmeter
Papierverbrauch	505 kg	18 kg

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Bewertung: Skalenwert 0

Wir können bestätigen, dass wir nicht gegen Umweltauflagen verstoßen bzw. die Umwelt nicht unangemessen belasten.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Bewertung: Skalenwert 3

Wichtige Informationen über uns gibt es u.a. auf der Homepage. Wir haben dort zum Beispiel zuletzt über unser Plastikprojekt mit der WDC (Whale and Dolphin Conservation) berichtet. Und wir haben zu dem Thema eine Pressemitteilung versendet, was dazu führte, dass in einigen Frankfurter Tageszeitungen über uns berichtet wurde. Das hat wiederum dazu geführt, dass uns 2 Seniorengruppen und 1 Schulklasse besucht haben, um sich über unser Plastik-Projekt zu informieren.

In 2017 und 2018 hatten wir 2 Nachbarschaftsfeste, wo die gesamte Nachbarschaft eingeladen war. Das Echo war riesengroß. Seitdem lassen sich kleinere und größere Ärgernisse viel leichter aus dem Weg räumen. Ein Ärgernis kann z.B. Baulärm bei Reparaturen sein oder laute Musik bei einer Feier. Unsere Rezeption, die Tag und Nacht besetzt ist, ist Anlaufstelle für jegliche Anliegen. Wir versuchen immer prompt, freundlich und konstruktiv zu reagieren. Und somit haben wir mit allen Nachbarn ein gutes bis sehr herzliches Verhältnis.

Eine schriftliche Dokumentation ist in der Regel nicht notwendig, da die meisten Probleme persönlich oder telefonisch gelöst werden können. Ansonsten gibt es einen Email-Schriftverkehr.

Als Bio-Hotel tragen wir zur Bio-Diversität, zum Tierwohl und zum Schutz der Natur bei. Und somit tragen wir auch wiederum bei, dass diese Erde auch für zukünftige Generationen noch bewohnbar ist.

Den Gemeinwohlbericht werden wir auf unserer Homepage veröffentlichen, sodass sich jeder jederzeit über unseren Beitrag zum Gemeinwohl informieren kann.

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Bewertung: Skalenwert 0

Wir können bestätigen, dass wir keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreiten.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Wir werden überprüfen, ob wir nicht einen Anreiz schaffen können, dass der Gast nicht mit dem Auto sondern mit dem Zug anreist. Und/oder wir gleichen den CO₂-Ausstoß durch Klimaschutzzertifikate aus.

Wir werden unsere Wäscherei wechseln.

Wir wollen uns in E-Mobilität engagieren: entweder mit einer E-Tankstelle oder ein eigenes E-Auto in Form von Carsharing unseren Gästen und Mitarbeitern zur Verfügung stellen.

Herr Korkmaz sollte bei den Abendveranstaltungen mit unseren Seminarkunden dabei sein, da er den größten Kontakt mit ihnen hat, sie ihn aber nicht persönlich kennen. D.h. er muss rechtzeitig in die Terminplanung eingebunden werden.

Die Wurst für unser Buffet wird bereits vorgeschnitten, aber leider in Plastik verschweißt angeliefert. D.h. wir sparen beim Vorbereiten viel Zeit, dafür entsteht aber jede Menge Plastikmüll. Das Thema müssen wir mit der Metzgerei Spahn besprechen.

Die H-Milch bekommen wir immer noch im Tetrapak, somit entsteht viel Verpackungsmüll. Wir recherchieren weiter nach Alternativen.

Unser Koch wird sich bemühen sein Fleisch häufiger bei der Metzgerei Spahn einzukaufen (trotz geringerer Auswahl), da wir natürlich lieber ein Familienunternehmen als eine Supermarktkette unterstützen.

Um Leitz & Schwarzbauer seltener buchen zu müssen, werden wir versuchen eine weitere Servicekraft einzustellen.

Nachdem mit Fokus Zukunft über die Bio-Hotels am 09.09.19 eine Emissionsbilanz für die Villa Orange erstellt wurde, möchten wir unsere CO₂-Emissionen durch den Kauf von Klimaschutzzertifikaten ausgleichen.

Langfristige Ziele

Die Anschaffung einer energieeffizienten und umweltfreundlichen Heizung

Mit ähnlichen Projekten wie der Plastikchallenge und der GWÖ-Bilanzerstellung möchten wir die Mitarbeiter weiter ökologisch sensibilisieren. Hier sind wir auf der Suche nach einem neuen Projekt.

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207)

Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditiert ist.

Wir können bestätigen, dass wir keinerlei Praktiken betreiben, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Bei der Erstellung des Berichts waren die Inhaberin Christiane Hütte und die Mitarbeiter Andreas Müller (Koch), David Ebulue (Rezeptionist), Aneta Jagiello (Frühstücksdame), Katia Beck (Zimmerfrau) und Susanne Röder (Hausdame) dabei.

Der Bericht wurde in Peer-Evaluation mit 2 anderen Hotels unter der Anleitung von GWÖ-Berater Armin Schmelzle erstellt. Berichtszeitraum war November 2018 bis Oktober 2019.

Es gab 5 Treffen (Kunstquartier, Tannerhof, Villa Orange, Kunstquartier, Tannerhof).

Somit wurden für die Treffen ca. 60 Stunden aufgewendet (ohne Fahrtzeiten), für das reine Schreiben ca. 45 Stunden und für das Diskutieren der Themen ca. weitere 30 Stunden.

Uns liegt die GWÖ-Bewegung sehr am Herzen, und wir wollen sie auch nach Kräften unterstützen, jedoch möchten wir anmerken, dass wir uns den Prozess der Bilanzerstellung „freudvoller“ vorgestellt haben. Viele Fragen empfanden wir als fernab unserer betrieblichen Realität. Statt kreativ und freudig an die Fragenstellungen heran zu gehen, haben wir uns in großen Teilen eher durch die Fragen „gekämpft“.

Allein am Rücklauf unseres Fragebogens für die Lieferanten kann man ablesen, wie groß deren „Begeisterung“ zu den Fragen war: von 9 Fragebögen wurden nur 5 Fragebögen beantwortet. Die anderen Lieferanten haben entweder gar nicht oder verzweifelt auf die „seltsamen“ Fragen reagiert: „Diese Fragen haben doch nichts mit meinem Unternehmen zu tun“. Wir hätten es schöner gefunden mit Fragen, die näher an der Realität unserer Lieferanten sind, wirklich in Kontakt und Austausch zu kommen.

Und welche Unternehmen erstellen denn derzeit eine GWÖ-Bilanz? Das sind doch fast ausschließlich Kleinst- und Kleinunternehmen. Vielleicht gibt es 2 oder 3 Mittelständler. Die Fragen zielen in ihrer Abstraktion und Formalismus auf Mittel- und Großunternehmen ab.

Die Werte „Menschenwürde“, „Solidarität und Gerechtigkeit“, „Transparenz und Mitentscheidung“ sind für uns ganz große und wichtige Werte. Und in vielen Ländern dieser Erde sind sie immer noch nicht selbstverständlich und werden mit Füßen getreten.

Und auch in Deutschland haben Menschen über Jahrhunderte für diese Werte gekämpft.

In 2019 finden wir jedoch sind diese Werte in Deutschland recht gut erfüllt. Das größte Problem für Deutschland und den Rest der Welt sehen wir eher in der Zerstörung unserer Natur und im Klimawandel. Daher hat für uns der Wert „ökologische Nachhaltigkeit“ die größte Relevanz. In Ergänzung hat die GWÖ-Bewegung natürlich viele neue und gute Ideen wie wir die Werte Menschenwürde, Solidarität, Gerechtigkeit, Transparenz und Mitentscheidung noch besser in unserer Gesellschaft und in den Unternehmen verankern können. Dennoch könnte der Fokus mehr auf der ökologischen Nachhaltigkeit liegen.

Wir möchten dem Matrix-Entwicklungsteam ans Herz legen, den Fragenkatalog zu überarbeiten und die Rückmeldungen der Unternehmen ernst zu nehmen. So könnte die grundsätzlich gute Vision der GWÖ-Bewegung noch eine größere Verbreitung erfahren.

November 2019