

































## C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Das NBH bestätigt, dass die Arbeitsverträge Mitarbeiter\*innen nicht einseitig belasten oder auszubeuten. Wir verstehen Arbeitszeit als sinnvoll ausgestaltete Lebenszeit.

## C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Das NBH legt Wert auf saisonale, regionale und ökologische Verpflegung. Für die Mitarbeiter\*innen besteht die Möglichkeit sich im Speisesaal zu verpflegen. Es besteht das Angebot einer vegetarischen Mahlzeit. Für die Versorgung im Bürobereich steht Fairtrade-Kaffee zur Verfügung. Die Wasserspender können kostenlos genutzt werden.

Das NBH ist Mitglied in einem regionalen Foodsharingnetzwerk. Regelmäßig bringt eine Mitarbeiterin abgelaufene Waren vom Großmarkt oder regionalen Supermärkten mit. Diese werden allen Mitarbeiter\*innen zur kostenlosen Mitnahme angeboten. Dadurch ist die Frage der Überschussproduktion und des Wegwerfens von Lebensmitteln auf unterschiedliche Weise ein Thema in der Belegschaft. Die Betriebsversammlungen thematisieren ökologische Fragen, wie z.B. Biozertifizierung der Küche, Stromnutzung, Fahrt zum Arbeitsplatz, Mülltrennung etc. Hier findet ein breiter Austausch statt, der das ökologische Verhalten der Mitarbeiter\*innen fördert.

Eine Dienstvereinbarung regelt, dass nach Möglichkeit Dienstreisen mit der Bahn durchgeführt werden. Das NBH verfügt über einen eigenen überdachten Fahrradstellplatz sowie eine Fahrradwerkstatt. (Bett und Bike Zertifizierung) Hier können Mitarbeiter\*innen ihre ebikes kostenlos aufladen und auch kleine Reparaturen durchführen. Der Dienstwagen und der Anhänger können auch privat genutzt werden, somit kann ggf. auf die Anschaffung eines Privatwagens verzichtet werden. Seit 2019 sind wir Mitglied bei Cambio Carsharing. Das Thema Mobilität ist aber noch eine Aufgabe für die nächsten Jahre. So wollen wir ein E-Fahrzeug als Dienstwagen sowie dienstliche ebikes anschaffen.

20 Personen kommen mit dem PKW zur Arbeit, 5 mit öffentlichen Verkehrsmitteln und 4 mit dem Rad bzw. zu Fuß zur Arbeit. Der Anteil der ökologischen Verpflegung ist im Detail nicht zu beziffern. Analog zum Gästebetrieb dürfte er bei ca. 5% liegen.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Erarbeitung und Umsetzung eines ressourcenschonenden Mobilitätskonzeptes
- neuer Fahrradstellplatz

## C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Das NBH bestätigt, dass wir weder bewusst die Verschwendung von Ressourcen fördern noch unökologisches Verhalten unterstützen.



## C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Wichtige Daten und Kennzahlen sind für die Mitarbeiter\*innen transparent. Sie werden in den Betriebsversammlungen der Belegschaft durch die Geschäftsführung zur Kenntnis gegeben. Auf regelmäßigen Teammeetings werden aktuelle Informationen, Entscheidungen und wichtige Kennzahlen besprochen werden. Bei Interesse können weitere Zahlen und Informationen jederzeit angefragt werden. Aus Datensicherheits- und Datenschutzgründen haben nur Mitarbeiter\*innen Zugriff auf Kunden- oder Personaldaten, die in ihrer Position mit diesen arbeiten. Die Gehälter der Mitarbeitenden sind durch den Tarifvertrag transparent. Es gibt regelmäßige Treffen der Geschäftsführung mit dem Betriebsrat. In besonderen Fällen gibt es auch Gespräche des Vorstandes mit den Mitarbeiter\*innen. Der Grad der Transparenz liegt schätzungsweise bei 90 Prozent.

Es gibt im NBH eine flache Hierarchie. (Geschäftsführung, Abteilungsleitung) Im Berichtszeitraum gibt es einen angestellten Geschäftsführer mit einer Zuständigkeit für Bildung und Beratung sowie für das Tagungs- und Gästehaus. Bei Einstellungsentscheidungen werden die Abteilungsleitungen miteinbezogen. Auch viele andere wichtige Entscheidungen wie zum Beispiel für Softwarelösungen werden gemeinsam getroffen. Strategische Ziele werden vom Vorstand und der Geschäftsführung definiert. Hieran werden die Mitarbeiter\*innen durch die Mitspracherechte des Betriebsrates oder durch freie eigene Vorschläge beteiligt.

Grundsätzlich legt die Geschäftsführung Wert darauf, von den Mitarbeiter\*innen bei der Entscheidungsfindung beraten zu werden. Der Anteil der gemeinsam getroffenen Entscheidungen liegt schätzungsweise bei 70%. Beispiele sind die Renovierung der Gästezimmer, Umbau des Kindergartens, Gestaltung Außengelände, Anschaffung neuer Bettwäsche. Dass die Beteiligten das Unternehmen aktiv mitgestalten, zeigt nicht zuletzt die hohe Identifikation und lange Betriebszugehörigkeit.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Ausbau der jährlichen Mitarbeiterjahresgespräche für alle Bereiche (bisher nur Bildungsbereich)

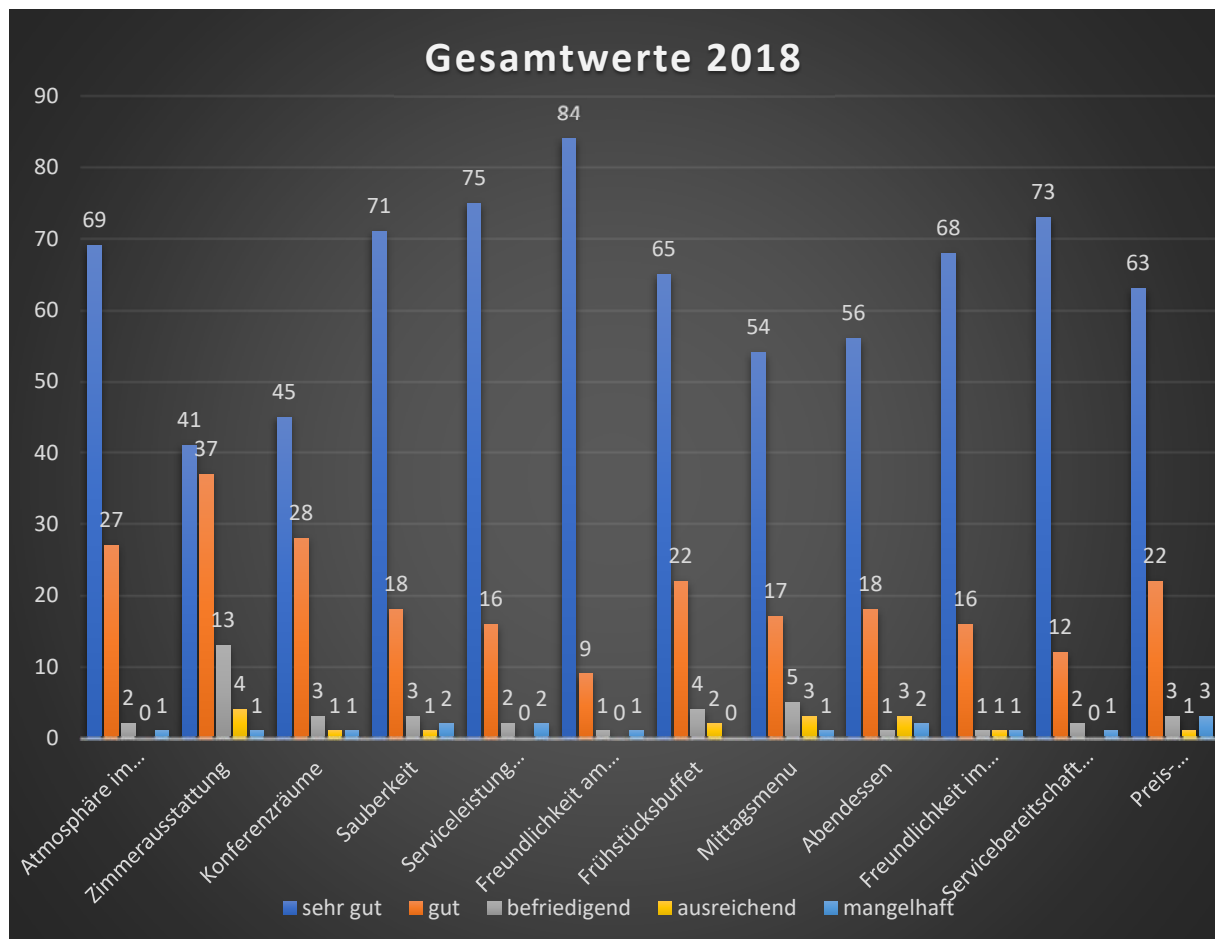
## C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

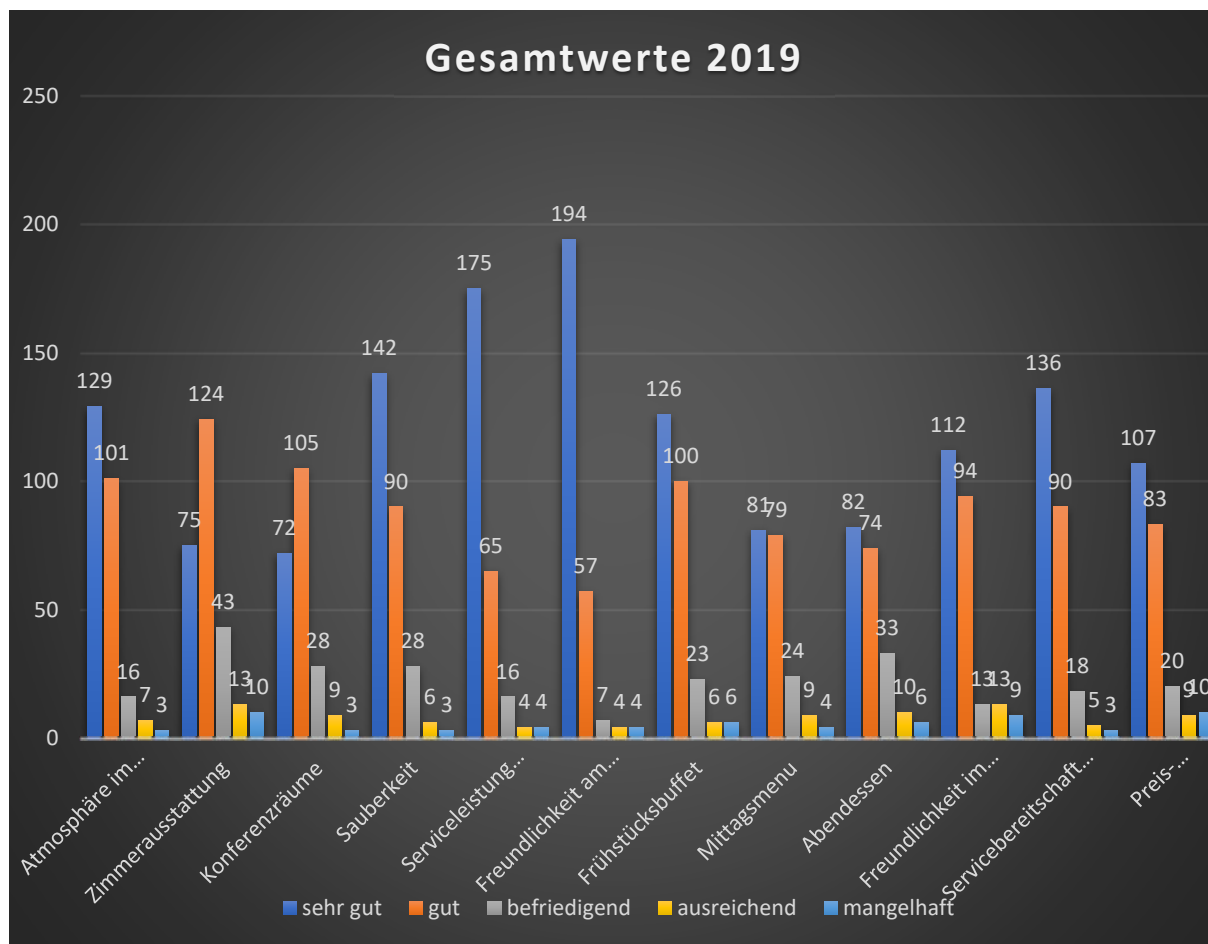
Das NBH bestätigt, dass keine Verhinderung einer betrieblichen Interessenvertretung vorliegt. Im Gegenteil: Die Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat ist zentraler Bestandteil bei der Leitung des Hauses.

## D1 Ethische Kundenbeziehung

Für das NBH steht die Zufriedenheit seiner Gäste im Fokus der täglichen Arbeit. Unsere Kunden kommen aus allen Bereichen der Gesellschaft, der größte Kunde ist die eigene Bildungsarbeit mit über 50% des Umsatzes. Darüber hinaus buchen bei uns Schulen, Betriebsräte, kirchliche Gruppen, Interessenvertretungen, Chöre, Firmen, Verwaltungen, soziale Bewegungen etc. ein. Neben den Tagungs- und Seminargästen haben wir einen Hotelbetrieb.

Wir pflegen eine offene und faire Kundenbeziehung sowie partnerschaftliche Kommunikation. Wir sind bemüht die Kundenwünsche optimal zu erfüllen. Flexibilität und Serviceorientierung zeichnen uns aus. Unsere Feed-back-Erhebungen zeigen uns, dass im guten Service eine unserer Stärken als Tagungseinrichtung liegt.





Die meisten unserer Kunden haben eine langjährige Geschäftsbeziehung mit dem NBH. Neue Kunden sprechen wir über soziale Netzwerke an, über unsere Homepage und Flyer. Die meisten neuen Kunden kommen durch persönliche Empfehlungen zu uns. Wir sind durch eine regelmäßige Berichterstattung in den regionalen Medien präsent.

Unsere offene und transparente Kommunikation wird auf verschiedenen Ebenen sichtbar. Unsere Hauptkommunikationskanäle sind die Homepage und facebook. Hier erreichen wir den größten Teil unserer Kund\*innen und Interessierten. Durch regelmäßige Veranstaltungen und Feste versuchen wir diese zu binden, so etwa durch das große Jubiläumsfest in 2019 mit über 300 Besucher\*innen.

Natürlich steht unser Bildungs- und Gästeservice allen gesellschaftliche Gruppen offen, dennoch haben wir eine inhaltliche Schwerpunktsetzung für gesellschaftlich benachteiligte Zielgruppen getroffen. Für diese Gruppen gibt es auch eine Preisreduktion sowie ein auf deren Bedarfe abgestimmtes Tagungsambiente. Das Zusammenkommen und die Integration unterschiedlicher Zielgruppen ist uns allerdings ein wichtiges Anliegen. Hierin unterscheiden wir uns von einem reinen Tagungshotel. Zwischen 2500 und 3000 Übernachtungen jährlich entfallen auf den Kundenkreis sog. benachteiligter Zielgruppen.

Das Gesamtbudget für unsere Marketingmaßnahmen beträgt ca. 20.000 € p.J. Interne Umsatzvorgaben gibt es nicht. Wir streben 10.000 Übernachtungen und 20.000 Tagesgäste pro Jahr an. Preiserhöhungen kommunizieren wir transparent und langfristig.

Die Zufriedenheit unserer Kunden ist uns sehr wichtig. Darum kommunizieren wir immer auf Augenhöhe, sind offen für Feedback und helfen weiter, wo wir können. Zudem gibt es ein aktives Beschwerdemanagement. Dieses wird jährlich durch die Fachbereiche und die Geschäftsführung ausgewertet und in einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess eingespeist.

Es gibt keine extra formulierte Ethikleitlinie, die zentralen Punkte sind im Leitbild erwähnt. Hier ist auch festgelegt, dass das NBH seinen Schwerpunkt in der Arbeit mit bildungsbenachteiligten Zielgruppen sieht. Für diese Gruppe bezahlbare Angebote zu machen ist eine Herausforderung und Aufgabe des Tagungshauses. Verkaufsmitarbeitende gibt es nicht.

### **Verbesserungspotential**

- Stärkung des ethischen Profils in der Kommunikation nach außen und nach innen

## **D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen**

Das NBH führt keine unethischen Werbemaßnahmen durch.

## **D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen**

Das NBH setzt im Umgang mit Mitbewerbern und anderen Unternehmen immer auf Kooperation und Kommunikation. Wir pflegen einen regelmäßigen Austausch mit den Hotels in Herzogenrath und arbeiten unkonventionell zusammen. Ziel ist es, unkomplizierte Lösungen für die Kunden anzubieten. So leiten wir z.B. Beleganfragen untereinander weiter, wenn die Kapazitäten nicht ausreichen. Darüber hinaus gibt es unter den Verantwortlichen einen regelmäßigen Kontakt.

Mit anderen Mitbewerbern wie z.B. der bischöflichen Akademie in Aachen und den Jugendbildungsstätten im Bistum Aachen gibt es einen regelmäßigen Austausch.

Das NBH ist Mitglied in verschiedenen Landes- und Bundesgremien der Heimvolkshochschulen und arbeitet hier aktiv mit. In der Arbeitsgemeinschaft der katholisch-sozialen Bildungsträger engagieren sich Mitarbeiter\*innen des NBH in zwei Fachgruppen. Hier kommt es u.a. zum Austausch über Konzepte, den Einsatz von EDV Programmen, Projektvorhaben und Personalschlüssel.

Auch sind wir Mitglied der Branchenorgansatin DeHoGa. Hier bringen wir uns ebenso ein, wie beim Aachen Tourismus. In der Branche arbeiten wir daran, ökologische, soziale und tarifliche Standards zu erhöhen. Das NBH ermöglicht einer Mitarbeiterin im Rahmen ihrer Arbeitszeit

die Vorstandsarbeit bei der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten. Es fördert die Gewerkschaftsmitgliedschaft über ein Bonussystem im eigenen Tarifvertrag.

Die hier investierte Zeit ist erheblich, wir können das bisher nicht im Detail nachvollziehen. Ebenso ist es schwierig, den durch Kooperationen erzielten Umsatz zu beziffern, er dürfte geschätzt bei über 50% liegen.

Ein Verleihen von Arbeitskräften findet nicht statt. Unser gesellschaftliches Engagement besteht nicht in der direkten finanziellen Förderung, oft versuchen wir über die Bildungsarbeit hier zu unterstützen bzw. überlassen kostenfrei unsere Infrastruktur.

## D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Das NBH verzichtet komplett auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen. Gegenüber unseren Mitunternehmen verhalten wir uns offen, fair und kooperativ.

## D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Auf die sozialkatholische Prägung des NBH wurde im Bericht schon mehrfach hingewiesen. Neben den traditionellen Themen wie Menschenrechte und Gerechtigkeit spielt spätestens seit 2018 die ökologische Thematik eine bedeutsamere Rolle. Dies führte zur Pionierfunktion des NBH bei der Gründung der GWÖ Regionalgruppe Aachen und der Förderung der Vernetzung von interessierten Einrichtungen und Unternehmen in ökologisch-sozialen Fragen. Diese inhaltlichen Themen unserer Bildungsarbeit versuchen wir auch bei der Gestaltung des Tagungshauses umzusetzen.

Seit Oktober 2016 betreiben wir ein Blockheizkraftwerk und sind aktuell mit dem Aufbau einer Ladesäule für Elektrofahrzeuge für unsere Kunden, Mitarbeiter\*innen und den eigenen Dienstwagen beschäftigt. Seit 2019 wird die Beleuchtung im Bildungsbereich sukzessive auf LED umgestellt.

Die Neuausstattung unserer Gästezimmer in 2019 haben wir mit Second-hand Hotelmöbeln vorgenommen. Bevor neue Möbel angeschafft werden, prüfen wir die Aufbereitung. So bei den Betten im 2. OG, die von der Schreinerei eines Beschäftigungsprojektes aufbereitet werden, ebenso die Sitzmöbel im Bildungstrakt. Bei der Gestaltung des Hauses versuchen wir grundsätzlich Up-Cycling-Möglichkeiten zu berücksichtigen.

Wir achten auf Müllvermeidung und –trennung. Dazu sind entsprechende Behälter aufgestellt. Beim Frühstückbuffet legen wir nur nach Bedarf nach, um das Wegwerfen von Lebensmitteln

zu reduzieren. Mit Kunden treffen wir bereits bei der Buchung individuelle Vereinbarungen, um sparsam mit der Wäsche in den Gästezimmern und den Bädern umzugehen.

Wir raten zur Anreise mit der Bahn/ÖPNV aufgrund der guten Anbindung des Hauses. Wir verfügen über eine eigene Fahrradwerkstatt und sind Bett-Bike zertifiziert.

Durch Aushänge und thematische Ausstellungen sensibilisieren wir unser Umfeld kontinuierlich zu Fragen der weltweiten Gerechtigkeit, Klimawende und nachhaltigem Lebensstil.

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- gezieltere Müllvermeidung

### **D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen**

Das NBH bestätigt, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt.

### **D4 Kund\*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz**

Es gibt viele verschiedene Kanäle, über die Kunden uns Feedback geben und von uns Informationen erhalten: E-Mail, Telefon, Soziale Netzwerke und natürlich persönlich. Der systematischen Erhebung dienen Gästefeedbackbögen. Diese werden ausgewertet, z.T. wird mit den Kunden Kontakt aufgenommen und es wird nach Verbesserungen gesucht.

Viele Gestaltungsideen unseres Hauses erhalten wir von den Kunden. So wurde auf Wunsch unserer eigenen Bildungsarbeit, aber auch von Trainer\*innen, 2019 ein Niedrigseilgarten mit Feuerstelle angelegt. Er dient den Angeboten rund ums Teambuilding. Bei der Gestaltung wurde auf ökologische Aspekte geachtet, so wurden Hochbeete gebaut, eine Blumenwiese angelegt und Stauden gepflanzt. Ziel ist es Obst für unsere Marmelade hier anzubauen. Das Projekt wurde 2019 in einer großen Sozialaktion der Jugendverbände umgesetzt, woran sich auch Mitarbeiter\*innen, Vereinsmitglieder und Kunden beteiligten. ([www.72stunden.de](http://www.72stunden.de))

Das NBH ist bemüht seinen Kunden sehr individuelle auf deren Bedürfnisse zugeschnittene Angebote zu machen. Dazu nehmen wir die Anregungen unserer Kunden auf und professionalisieren uns entsprechend weiter. So haben wir nach einer Veranstaltung mit dem Kreuzbund Mocktails in unser Angebot aufgenommen, wir grillen mit Fairer Kohle, beachten den Bienenschutz beim Rasenschnitt und haben das Angebot an vegetarischem Essen/Catering kontinuierlich ausgebaut. Alle diese Anregungen kamen von unseren Gästen.

Unsere Preislisten sind öffentlich und transparent. Über die Entwicklungen informieren wir bisher nicht in einer eigenen Rubrik, aber dennoch regelmäßig auf unserer Internetseite sowie

seit 2018 in unserem Jahresbericht, der in gedruckter Form wie auch online vorliegt. Weitere relevante Informationen z.B. zu einzelnen Gestaltungsvorhaben oder Inhaltsstoffen von Lebensmitteln liegen im Haus an den entsprechenden Stellen aus.

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Darstellung/Kommunikation verbessern

## **D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen**

Das NBH bestätigt, dass seine Dienstleistungen die Umwelt so wenig wie möglich zu belasten und keine schädlichen Nebenwirkungen haben.

## **E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen**

Das NBH bietet Dienstleistungen im Tagungs- und Gästeservice für seine eigene ökologisch-soziale Bildungsarbeit an sowie für Gästegruppen. Persönliches Wachstum der Teilnehmer\*innen, die Stärkung von Gemeinschaft und die Rücksichtnahme auf benachteiligte Personen spielen bei der Gestaltung von Dienstleistungen und Preisen für uns eine wichtige Rolle. Das Ambiente des Hauses ist entsprechend dem eigenen inhaltlichen Anspruch bewusst einfach gehalten – auf Luxus wird verzichtet, dafür legen wir großen Wert auf einen gastlichen Service. Allerdings empfinden einige unserer Zielgruppen, die aus einfachen Verhältnissen stammen, unsere Ausstattung schon als luxuriös.

Wir sind bemüht unterschiedliche Zielgruppen in unserem Haus zu beherbergen und so zur Begegnung der Gruppen beizutragen, die sich sonst im öffentlichen Raum nicht mehr treffen. Ca. 75% unsere Übernachtungen finden im Rahmen von Bildungsveranstaltungen statt. Wir setzen bevorzugt eigene Bildungsangebote um - damit verbunden ist das Risiko nicht für alle Veranstaltungen einen kostendeckenden Preis zu erzielen. Auch arbeiten wir nicht mit Kooperationspartner\*innen zusammen, die das inhaltliche Profil des Hauses gefährden könnten bzw. deren Überzeugungen wir ablehnen. Für zivilgesellschaftlich engagierte Gruppen aus der Umgebung, aus dem gewerkschaftlichen und kirchlichen Bereich stellen wir sofern möglich, unsere Räumlichkeiten zu verringerten Preisen zur Verfügung – hierzu zählen u.a. das DRK, das zwei bis dreimal jährlich Blutspenden bei uns durchführt, Initiativen rund um den Ausstieg aus der Braunkohleförderung und regionale Flüchtlingsinitiativen.

Das NBH lebt die Gleichberechtigung der Geschlechter, ist bemüht um gute Arbeitsplätze, nachhaltiges Wirtschaften und soziale Innovation. Unsere Dienstleistungen sind keine Luxusprodukte, im Gegenteil wir entwickeln eine Tagungsinfrastruktur an den Nahtstellen von Wirtschaft und Gesellschaft, um zu einer menschenwürdigeren Arbeitswelt beizutragen.

Auf verschiedenen Kommunikationskanälen beleuchten wir regelmäßig Aspekte von Arbeit und Menschenwürde. Wir sind Teil einer ökologisch-sozialen Bewegung. Wir informieren die Mitarbeiter\*innen regelmäßig über die Bildungsangebote in unserem Haus sowie die politischen Kontexte. So haben wir in den Betriebsversammlungen zu Mobbing, sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz und Arbeitsmigration informiert. Durch solche Akzente schaffen wir ein Betriebsklima in dem die Solidarität mit den Verlierergruppen unseres Wirtschaftssystems eine wichtige Rolle spielt.

#### **Anteil der Nutzenart in Prozent (Tagungs- und Gästeservice)**

Erfüllt die Grundbedürfnisse	80%
Erfüllt Bedürfnis nach Statussymbol bzw. Luxus	10%
Dient der Entwicklung des Menschen	90%
Schafft ökologisch- soziales Bewusstsein	80%
Löst soziale oder ökologische Probleme laut UN-Entwicklungszielen	60%
Hemmender bzw. Pseudonutzen	0%

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- bewusstere Gestaltung des Außengeländes zur Verbesserung der Biodiversität.
- Insektenhotel XXL

## **E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen**

Das NBH bestätigt, dass keine menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden.

## **E2 Beitrag zum Gemeinwesen**

Als Einrichtung der politischen Bildung ist die Gestaltung der Gesellschaft und des regionalen Gemeinwesens für uns von herausragender Bedeutung. Unsere Tagungsinfrastruktur bringen wir hier entsprechend unserer Möglichkeiten ein.

Das NBH zahlt Umsatzsteuer, Energie-, Strom- und Körperschaftssteuer. Außerdem werden für alle festen Mitarbeiter\*innen Sozialversicherungsbeiträge abgeführt. Nur in Ausnahmefällen schließen wir 450€ Verträge ab. Wir schließen möglichst wenige Honorarverträge, um mehr sozialversicherungspflichtige Beschäftigung zu schaffen.

Der Gesamtumsatz des Vereins „Bildungs- und Begegnungsstätte Nell-Breuning-Haus e.V.“ beträgt in 2018 1,88 mio € und in 2019 rund 1.98 mio €. Der Umsatz für den Tagungsbereich lag in 2018 bei 621.000€ und 2019 bei 785.000€. Wir erhalten öffentliche Zuschüsse aus dem



Weiterbildungsgesetz NRW, vom Jobcenter, von Seiten des Bistum Aachen, der Europäischen Union und dem Bund. Diese verwenden wir entsprechend der Vorgaben.

Um uns gesellschaftlich zu engagieren, wenden wir jährlich Zeit und Geld auf. Wir ermöglichen Mitarbeiter\*innen ein gesellschaftliches Engagement z.B. in der ehrenamtlichen Mobbingberatung oder als ehrenamtliche Begleiter von Flüchtlingen, auch während der Arbeitszeit und stellen Räume für zivilgesellschaftliche Aktivitäten zur Verfügung. So werden unsere Räume vom DRK für die Blutspende Herzogenrath Mitte genutzt oder wurde 2018 ein Raum als Besprechungsraum dem AK Flüchtlingshilfe e.V. kostenlos zur Verfügung gestellt. Wir sind Wahllokal in der Stadt Herzogenrath.

Unser Niedrigseilgarten kann, gemäß einer Vereinbarung mit der Stadt, von allen Bürger\*innen genutzt werden. Unseren Fußballplatz nutzen die „Montagskicker“, die Noppenbergerfreunde und Nachbarschaftsgruppen kostenlos. Regelmäßig zeigen wir Ausstellungen, die für die Öffentlichkeit kostenfrei zugänglich sind. Die Infrastruktur des Hauses können alle Mitarbeiter\*innen ausleihen und wir bringen Geräte, Anhänger, Fahrzeug u.a. in die jährliche Altkleidersammelaktion der KAB ein.

Für besondere gesellschaftliche Dialogveranstaltungen wie z.B. rund um den Ausstieg aus der Braunkohleförderung und den damit verbundenen Strukturwandel in der Region haben wir in 2019 unsere Räume kostenfrei zur Verfügung gestellt.

Wir bilden (2018 3 Azubi/ 2019 3 Azubi) aus und bieten Praktikant\*innen der Aachener Hochschulen die Möglichkeit, einen Einblick ins Arbeitsleben zu erhalten und sensibilisieren diese für gesellschaftliches Engagement. Im Bereich von Praktika arbeiten wir mit der Förderschule in Herzogenrath, dem Berufskolleg in Alsdorf sowie der Tertia und dem TÜV zusammen.

Nettoabgaben:

	2018	2019
Körperschaftsteuer	1.081	Noch nicht bekannt
Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten	193.894	196.000
Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber	746.000	766.000
Umsatz	1.88 mio	1.98 mio

## E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Das NBH bestätigt, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Überschuss bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

## E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Das NBH bestätigt, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden.

## E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Als Gäste- und Tagungszentrum verbrauchen wir vor allem Strom, Wasser, Heizenergie und produzieren Abfall. Wir verfügen über ein Blockheizkraftwerk und erzeugen einen Teil unserer Energie selbst. Hinzu kommen Emissionen durch gelegentliche Geschäftsreisen für die bevorzugt die Bahn oder der öffentliche Nahverkehr genommen wird. Das betrifft weit mehr als die Hälfte unserer Reisen. Die restlichen Fahrten (Ausliefern von Caterings, Besorgungen etc.) legen wir mit dem Auto zurück.

Alle Mitarbeiter\*innen sowie unsere Kunden können sich kostenlos an unseren Wasserspendern bedienen. Dadurch vermeiden wir Lieferverkehre. In 2019 haben wir begonnen unsere Tagungsräume und Büros sukzessive mit neuen Leuchtmitteln (LEDs) auszustatten. Müllvermeidung ist ein Thema, das wir aktiv mit unseren Kunden kommunizieren. Wir achten bei der Ausstattung der Gästezimmer auf die Reduzierung des Plastikabfalls und beim Frühstück auf Lebensmittelverschwendung. Bei der Mülltrennung schöpfen wir die städtisch bereitgestellten Möglichkeiten voll aus und trennen Papier, Gelber Sack, Restmüll und Glas. Grundsätzlich verwenden wir Recyclingpapier und bemühen uns, so wenig wie möglich zu verbrauchen und hauptsächlich mit digitalen Dokumenten zu arbeiten. In 2019 haben wir unsere Buchhaltung digitalisiert.

Ein besonderes Augenmerk gilt der Vermeidung von Lärm. Hier haben wir im Gespräch mit den Anwohnern Schließzeiten des Außenbereichs und weitere Regeln vereinbart. Ein regelmäßiges Berichtswesen zu relevanten Umweltkonten haben wir bisher nicht.

	2018	2019
Benzinverbrauch	ca. 678 Liter	ca. 730 Liter
Stromverbrauch	56.903 KWh (26.630 kg CO <sub>2</sub> )	50.386 KWh (23.580 kg CO <sub>2</sub> )
Gasverbrauch	107.932 KWh	97.884 KWh
Verbrauch von Trink- und Regenwasser	2584 m <sup>3</sup>	2632 m <sup>3</sup>
Papierverbrauch	581 kg	431 kg
Waschmittel + Putzmittel	345 kg	510 kg

Die Steigerungen in 2019 sind auf einen größeren Jahresumsatz sowie den Ausbau des Catering zurückzuführen

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Erstellen eines Berichtswesens zu den relevanten Umweltkonten.
- Regenwassernutzung für das Außengelände
- Ausbau des Kommunikationskonzeptes für die Kunden
- Ausbau der E-Mobilität (Fahrrad, Auto)

## **E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen**

Das NBH bestätigt, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet.

## **E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung**

Mit dem Ziel die Transparenz und Partizipation zu fördern, gestalten wir unsere Informations- und Öffentlichkeitsarbeit. Grundsätzlich haben wir z.Z. keine Projekte (Bauliche Veränderungen etc.), bei denen eine umfangreiche Mitentscheidung durch die Bevölkerung notwendig ist.

Insbesondere mit unseren Anrainern sind wir im Gespräch, da diese durch unsere Geschäftstätigkeit z.T. Belastungen erfahren (An- und Abreiseverkehre, Lärm Feuerstelle, Veranstaltungen im Außengelände). Hier informieren wir durch Postwurfsendungen und laden zu Gesprächen ein. (Nachbarschaftskaffee, Neujahrsempfang) Zu unserem Jubiläumsfest 2019 gab es gratis Verzehrbons für die Anwohner.

Regelmäßig teilen wir unsere Ansichten und Bestrebungen zur Weiterentwicklung der Öffentlichkeit mit. Der konstruktive Dialog mit Politiker\*innen, NGOs und Verbänden ist uns wichtig. Unsere Arbeit lebt vom inspirierenden Austausch. Im Berichtszeitraum hatten wir Gespräche mit dem Bürgermeister der Stadt, Claudia Moll MdB, Rudolf Henke MdB und Uwe Schummer MdB.

Auf einer Jahrespressekonferenz informieren wir über unsere Angebote und Entwicklungen. Regelmäßig gibt es Unternehmensinformationen in den social media und auf unserer Homepage. Da wir viele Unterstützer\*innen im öffentlichen Raum haben, ist dies für uns sehr wichtig, um die Bindung aufrechtzuerhalten.

Über betriebliche Interna, wie z.B. die Entwicklung der Beschäftigungsstruktur, Bezahlung sind wir im Gespräch mit der zuständigen Gewerkschaft und werden hier auch entsprechend kontrolliert.

Ein Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen ist für uns nicht zu beziffern.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Ergänzung des Jahresberichts um Nachhaltigkeitsaspekte (Nachhaltigkeitsberichtsweisen)
- Veröffentlichung des GWÖ Berichts

**E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation**

Das NBH bestätigt, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet.

# Ausblick

## Kurzfristige Ziele

Wir verfassen den Gemeinwohl-Bericht, um uns kontinuierlich weiterzuentwickeln und uns selbst regelmäßig auf den Prüfstand zu stellen. Bereits während der Berichterstellung haben wir schon neue Projekte (Biozertifizierung Küche, Elektroladesäule, Neue Fenster im Altbau, Abwasseranlage) zur Verbesserung in Angriff genommen.

## Langfristige Ziele

Langfristig planen wir, im Rahmen der Organisationsentwicklung mit der Gemeinwohl-Bilanz weiter zu arbeiten. Dazu werden wir jährlich einen Überprüfungsworkshop durchführen. Im nächsten Schritt werden wir den Bildungsbereich auch in die Bilanz einbeziehen. Außerdem streben wir an, unsere Daten so aufzubereiten und festzuhalten, dass sie noch besser zu den Kriterien der GWÖ-Matrix passen. Das erleichtert das kontinuierliche Entwickeln des Berichts und gibt uns die Möglichkeit, uns darauf zu konzentrieren, unsere Ziele zu erreichen. So möchten wir uns kontinuierlich verbessern.

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

Am 10. März 2017 hat der Deutsche Bundestag ein sogenanntes CSR-Gesetz verabschiedet und ist damit seiner Pflicht zur Umsetzung der CSR-EU-Richtlinie 2014/95 nachgekommen. Dieses Gesetz sieht vor, dass bestimmte, derzeit vor allem sehr große, Unternehmen ab dem Geschäftsjahr 2017 verpflichtet sind, nicht-finanzielle Informationen unter anderem zu Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelangen in einem Bericht offenzulegen. Von dieser Pflicht sind wir nicht betroffen.

Die Gemeinwohl-Bilanz erfüllt die Vorgaben des Gesetzes und ist darüber hinaus vor allem universell, messbar, vergleichbar, allgemein verständlich und extern auditiert.

## Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Der Bericht wurde in 5 Workshops anhand der GWÖ-Matrix sowie in zwei Abschlussworkshops verfasst. Unterschiedliche Mitarbeiter\*innen und Mitglieder des Vorstandes wurden je nach ihren Verantwortlichkeiten an den Workshops beteiligt. Insgesamt wurden 110 Arbeitsstunden aufgewendet. Moderiert und begleitet wurde der Prozess von Martina Dietrich, Gemeinwohlberaterin, sinnovation, Köln. Der Bericht wird intern und extern kommuniziert und vorgestellt.