

Fortschrittsbericht

zu den zehn Leitlinien und Leitsätzen der unternehmerischen Verantwortung für Nachhaltigkeit bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen.

Unser **fairpflichtet** Fortschrittsbericht berücksichtigt die Einhaltung der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen ([SDG Sustainable Development Goals](#)).
Beispielhaft finden Sie für drei SDG's, die für die Veranstaltungsbranche eine besondere Bedeutung haben, die entsprechende Zuordnung der [fairpflichtet Leitlinien](#):



fairpflichtet Leitlinien:
6 • 7



fairpflichtet Leitlinien:
1 • 3 • 4 • 5 • 8 • 9 • 10



fairpflichtet Leitlinien:
1 • 2 • 3 • 4 • 5 • 6 • 8 • 10

1. STRATEGIE. Nachhaltiges Wirtschaften heißt strategisch handeln, in Führung gehen und heißt Integration in die Unternehmensprozesse.

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren		
Durch engen Dialog erkennt man neue Bedarfe um neue klimaneutrale Angebote zu entwickeln; Nutzung digitaler Lösungen; Imagegewinn/ Wettbewerbsvorteil durch transparente Darstellung der Nachhaltigkeitsmaßnahmen; Beispielwirkung für andere Branchenunternehmen.	Das Gerücht „Nachhaltigkeit ist teuer“ wird aufgearbeitet und ausgeräumt; Potenzial wird an regionalen Zulieferern ausgeschöpft; Aufbau von eigenem Netzwerk von Nahrungsmittelherstellern zum Aufbau regionaler Lieferketten; interne & externe Qualitätssicherung; Transparente Kommunikation des Nachhaltigkeitsengagements.	<p>M. Stober hält Vorträge zur Wirtschaftlichkeit nachhaltigen Handelns - gegen die drei Vorurteile gegen die Nachhaltigkeit:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. „Ah, Sie sind Öko!“ (Ja, aber nicht nur) 2. „Oh, auf was muss ich verzichten?“ (Nichts, nur Klimaanlage) 3. „Jetzt wird’s aber teuer!“ (Nein, sondern 4,6% preiswerter). <p>Zwei andere Hotels aus Brandenburg wurden inspiriert und haben auch auf Holzhackschnitzelheizung umgestellt oder: älteres Ehepaar wurde durch den Besuch des Landgut Stober zum Kauf einer Regenwassertonne animiert.</p>		

2. Nachhaltigkeit wird vor allem als CHANCE verstanden; zur Lösung von Auswirkungen unternehmerischen Handelns in der Zukunft und zum Nutzen aller.

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren		
In der Tourismus- und Hotelbranche sind Dienstleistungen am Menschen, Einkauf und Verarbeitung von Waren, interne und externe Mobilität, Betriebskostenoptimierung, Mitarbeiterbindung und Soziales die Hauptthemen, die sich vor Chancen und Herausforderungen zur betrieblichen Integration von Nachhaltigkeit stellen.	Der Innovationsträger ist hier die Priorisierung sowie Zeit- & Kostenplanung zur langfristigen Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie, ohne die eigene Wirtschaftlichkeit außer Acht zu lassen. Nur durch eine lockere & beiläufige Kommunikation der Nachhaltigkeit erreicht man den Gast/Kunden.	Vermeidung täglicher Zimmerreinigung durch beschriftete Säckchen mit nachhaltigem Goodie oder bewusst nur das vom Buffet zu nehmen, was auch gegessen wird oder der Holzhackklotz in der Lobby ist ein witziger Hinweis auf unsere Holzheizung. Nachhaltiges Verhalten hat auch weitere - nicht unmittelbar merkantil zu messende - Vorteile, die ins Unternehmen hineinwirken und Mitarbeiter auf die Reise mitnehmen und zu binden oder nach außen wirken um den Gast zu einem bewussteren Leben zu animieren oder seinen Aufenthalt mit gutem Gewissen zu genießen.		

3. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ erfüllt seine Verantwortung in der Region zur Steigerung des GEMEINWOHLS

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren		
Das Landgut Stober leistet seit mehr als zehn Jahren einen erheblichen Beitrag zum Gemeinwesen: Immerhin wurden aus dem Nichts 60 Vollzeit Arbeitsplätze geschaffen und zusätzliche 150 saisonale- oder Teilzeitkräfte und Freelancer leben auch vom Landgut.	Danach kommt die betrieblich verankerter Gewinnverwendung zur Anwendung: 20% gehen an gemeinnützige Unternehmen, 20% an die Mitarbeiter in Form von höheren Löhnen/Gehältern oder Sozialleistungen, 40% werden in das Unternehmen zur Sicherung und Erhalt der Arbeitsplätze reinvestiert, 10% für Sondertilgung von Langfristkrediten und maximal 10% an die Eigentümer.	Somit werden alle Aktivitäten des Landgutes zugunsten des Gemeinwesens oder des Gemeinwohles erbracht. Oder zumindest zu 90%, wenn man die Gewinnverteilung von 10 % an den Unternehmer als nicht gemeinwohlorientiert betrachten wollte. Aber das wäre auch zu kurz gedacht, weil alles, was von diesen 10% privat nicht für den Lebensunterhalt der Familie mit sieben Kindern benötigt wird, wieder sinnvoll nachhaltig in den Geldkreislauf zurückgeführt wird.		

4. ÖKONOMIE in Ausgewogenheit mit Ökologie und sozialen Aspekten sind gleichberechtigte Anliegen für eine langfristige Stabilität des Unternehmens.

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren		
Unter Berücksichtigung von ökologischen und sozialen Gesichtspunkten werden langanhaltend positive wirtschaftliche Effekte generiert, um somit ein kostengünstigeres Produkt anzubieten, als ohne Nachhaltigkeitsstrategie (aus eigener Erfahrung 4,6% Preisvorteil).	Ökologisches Einkaufsmanagement ist Teil der Unternehmensidentität und Positionierung. Prozesse für ökologische Beschaffung und Reduktion der ökologischen Risiken zugekaufter Produkte sind innovativ umgesetzt. Ausgewählt wird nach Regionalität, Saison, Bioqualität und nach verantwortungsbewusstem Erzeuger/Lieferant	Die Lieferkette wird regelmäßig auf Risiken und Missstände überprüft, und gegebenenfalls werden unverzüglich Maßnahmen und/oder Sanktionen umgesetzt. Umgangs aller Beteiligten entlang der Lieferkette werden umgesetzt. 45% der Produkte/ Dienstleistungen und Rohwaren besitzen ein Fremddlabel, darüber hinaus wurden 95% eigenständig auch im Hinblick auf Risiken und Missstände geprüft. Mit 85% der Lieferanten wurde ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert. Es besteht ein Vertrauensverhältnis zu den Zulieferern, Zulieferer können bis zu 20% höhere Preise für Biowaren erhalten. Zudem wurden wir 2017 und auch dieses Jahr 2021 erneut zum grünsten Hotel Europas ausgezeichnet.		

5. Verantwortlicher Umgang mit RESSOURCEN UND ENERGIE heißt 1. vermeiden, 2. vermindern und 3. regenerierbar ersetzen.

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren
Unser unternehmerisches Streben dient der Minimierung des Ressourcenverbrauchs in den Bereichen Strom/ Energie/ Wasser/ Abwasser/ Luft. Es gibt die Chance, Bedürfnisse heutiger, aber auch zukünftiger Generationen gleichberechtigt zu befriedigen; Nutzung regenerativer Energien; Reduzierung Papierverbrauch durch Umstieg auf digitale Lösungen; Energieeffiziente Leuchtmittel und Endgeräte; Angebot von fairtrade und Bio-Produkten; biologische und artgerechte Tierhaltung der Zulieferer; Mülltrennung.	Bauliche, umweltbewusste Anpassungen & Anschaffungen. Minimierung unseres CO ₂ -Fußabdrucks mit umfassenden Maßnahmen	PV-Anlage zur Stromgewinnung; zwei Holzhackschnitzelheizungen mit Biomasse aus 12,5ha eigenem Wald; 160m ³ großes Regenwasserreservoir zur Spülung der 300 Toiletten; Frischwasserdruckerhöhungsanlage mit Perlatoren; Technisch veraltetes/nicht reparables wird durch energieeffiziente Endgeräte oder z.B. von LED-Leuchtmitteln ersetzt; Winterhalter-Spülmaschinen mit Wärmerückgewinnung u. Dunstabsaugung in Verbindung mit stromsparenden Induktionsherden; Waschmaschinen & Trockner von Elektrolux mit Wärmerückgewinnung; Pilotprojekt mit Elektrolux, die Waschmittelmenge automatisch der zu waschenden Schmutzwäsche anzupassen; Verwendung ökologisch abbaubarer ECOLAB-Reinigungsmittel; No-Waste-Policy mit elektronischer Rechnungs- oder Informationsübermittlung plus Anschaffung 4 Multitouchdisplays für papierloses Tagen; Elektrosmogreduzierte Zimmer, Fairtrade-Bettwäsche, -Textilien sowie -Kosmetik, Betten aus Naturmaterialien; ,essbarer‘ Teppich (aus Mais); krumme Holzdielen wegen 20% weniger Verschnittverlust; recyclebare Substanz des Bio-Hotels durch konsequente Materialtrennung; Nutzung von Großgebinden, Mülltrennung & moderner Dosierungssysteme.

6. Der ‚nachhaltige Arbeitgeber‘ erfüllt eine anspruchsvolle SOZIALKOMPETENZ gegenüber seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, steigert deren Qualifikation und sichert die Beschäftigung.

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren		
Mitarbeiter finden und binden in strukturell schwacher Region; Kommunikation mit Anspruchsgruppen (intern & extern), um Nachhaltigkeit als wegweisend in alle Bewusstseinsbereiche zu integrieren.	Der stete Gästewechsel ermöglicht die Ansprache vieler Menschen zu einem bewussteren Leben mittels entspannter Kommunikation; Optimierung Mitarbeitermanagement: Steigerung von Zufriedenheit und Entwicklung; gleichberechtigter, toleranter und am Gemeinwohl aller orientierter Umgang mit Anspruchsgruppen, Schaffung Arbeitsplätze in strukturell schwacher Region; Unterstützung sozialer Projekte und gemeinnütziger Organisationen; Sozial-politische Positionierung zu tagesaktuellen Gesellschaftsthemen.	Was mit einem Unternehmensleitbild zur Nachhaltigkeit vor 10 Jahren begonnen hat wird mittlerweile durch die Belegschaft gelebt. In strukturschwacher Region Schaffung von Arbeitsplätzen für 150 Saisonkräfte & 60 Vollzeit Arbeitsplätzen (10 aus dem Ort: zu Fuß/Fahrrad, 35 regional: Fahrgemeinschaften/ÖPNV, 15 aus Berlin, überwiegend ÖPNV).		

7. Aus RESPEKT vor den Menschen setzt sich der ‚nachhaltige Unternehmer‘ für die Einhaltung der Menschenrechte ein und richtet sich gegen jede Form von Diskriminierung und Korruption.

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren		
Mitarbeiterakquise durch innovative Jobkampagne.	MA-Bindung durch Weiterbildungskontingente, freiwillige, betriebliche Altersvorsorge, flexible Arbeitszeitmodelle; Betriebssport; vom Unternehmen versteuertes Mittagessen; Geschlechtergleichberechtigung, Gleichstellung von Rauchern und Nichtrauchern durch Zeiterfassung; Rücksichtnahme auf MA mit Familie bei Urlaubsplanung. Modellentwicklung zur Integration Geflüchteter.	Gehaltsspread von 1:2,25 von geringst- bis bestverdienenden Mitarbeiter; Frauenquote: 75%. Diese Maßnahmen fördern u.a. die MA-Identifizierung für die Herstellung der lokalen Produkte. Wir besuchen alle Lieferanten persönlich, prüfen Herstellungsverfahren (Ressourcenverbrauch, artgerechte Haltung, Biorichtlinien-konform, Menschen achtend, Liebe zur Arbeit & Produkt u.a.) und kümmern uns um Transport od. Einhaltung der Hygiene- od. Sozialstandards. Wir sind das erste Unternehmen Brandenburgs, das Geflüchtete eingestellt hat. Initiation Unterschriftensammlung gegen Rechtsradikalismus; Unterstützer internationaler & nationaler Projekte, gemeinnütziger Institutionen, lokaler Vereine.		

8. OFFENHEIT ist eine Einstellung. Transparenz der Maßnahmen für Nachhaltigkeit ist die Konsequenz.

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren		
Nach Amortisierung der Investitionskosten in Nachhaltigkeit entstehen langfristige Einsparpotenziale, denn: nachhaltiges Handeln ist ökonomisches Handeln. Konsequenter nachhaltiges Verhalten ist nicht teurer, sondern deutlich preiswerter als nicht nachhaltiges Verhalten (4.6% Preisvorteil!) - und das ohne den Imagegewinn oder Marketingmehrwert bei Nachhaltigkeit.	<p>Nachhaltigkeitsmaßnahmen werden intern & extern geprüft, die Ergebnisse veröffentlicht. Interne Prüfungen erfolgen durch Geschäftsleitung & Führungskräfte, wobei in wöchentlichen Teammeetings der Abgleich zwischen Anspruch und Realität stattfindet. Externe Audits erfolgen u.a. durch:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. DNK-Bericht 2. Zertifizierung durch Gemeinwohlökonomie nach C. Felber 3. Certified Green Hotel 4. aktuelle Zertifizierung von Sustainable Meetings Berlin, visitBerlin durch C. Oblasser & M. Riediger 5. halbjährlich durch ÖkoPrüfstelle. 6. ISO 9001 im zweiten Halbjahr 2021 	<p>Unsere zwei Holzhackschnitzelheizungen à 500KW haben zwar 180T€ Mehrkosten verursacht, wurden aber mit 30% gefördert. Dazu sparen diese 60T€ Heizkosten jedes Jahr = Gewinnzone im 3. Jahr. Die PV-Anlage rechnet sich nach 4 Jahren (35T€ Kostenersparnis p.a.), die Regenwassernutzung und Wasserregulierung (dadurch 50% Frischwasserersparnis, weitere 25% durch Wasserdruckerhöhungsanlage) hat ihren Break-Even nach 7 Jahren, welcher neben der ISO 9001 derzeit aktualisiert wird. Außerdem buchen 40% unserer Kunden das Landgut Stober wegen seines Nachhaltigkeitsengagements (Studie Uni Potsdam), d.h. Wettbewerbsvorteil.</p>		

9. Die freiwillige SELBSTVERPFLICHTUNG zur Nachhaltigkeit ist eine Pflicht an sich selbst, die zum Anspruch der Gesellschaft wird.

Das Unternehmen ist per se ein Gemeinwohl-Ökonomie Projekt, denn zum Zeitpunkt des Erwerbs im Jahr 2000 war es eine komplett abrisssreife Ruine. Es wurde öffentlich versteigert und die wichtige Frage war, welches Nutzungskonzept man finden könnte. Das Landgut liegt außerhalb von Berlin und in einer infrastrukturell und wirtschaftlich strukturschwachen Region. Außerdem stand noch alles unter Denkmalschutz. Insofern war klar, dass man die Gäste, die eine auskömmliche und nachhaltige Nutzung gewährleisten, selbst mitbringen muss. Das Projekt war und ist eine große Herausforderung: Nach langen Überlegungen zum Konzept -anfänglich: Zentrum für historisches Handwerk oder für ökologischen Landbau-, zur Struktur -gemeinnütziger Verein, Stiftung, gGmbH- oder zur Finanzierung -GLS-Bank, Triodos-Bank, Mittelbrandenburgische Sparkasse- wie das Projekt in einer solch strukturschwachen Umgebung erfolgreich werden kann, ist Michael Stober mangels weiterer Investitionspartner das hohe wirtschaftliche Risiko alleine eingegangen. Mittlerweile wurden mit Hilfe von EU- und Landesmitteln, weiteren Förderern und Stiftern, sowie der Triodos Bank und Eigenmitteln ca. 18,5 Millionen Euro hoffentlich nicht in, sondern auf den märkischen Sand gesetzt.

Es ist ein Unternehmen, das nicht vorrangig auf die Erzielung von Gewinnen ausgerichtet ist, sondern es ging zunächst darum, das Geschäft zum Laufen zu kriegen. Sieben magere Jahre waren zu durchstehen, dann zwei knapp positive und zuletzt jetzt ein gut positives Jahr. Der heutige Erfolg zeigt inzwischen glücklicherweise, dass es im Endergebnis funktioniert. Die Umsetzung war aber mit extrem viel Lebenszeit, Lebensenergie und Herzblut verbunden. Die Kontaktpersonen im Unternehmen sind im Wesentlichen meine Frau und ich.

Wir verzichten beide von Anfang an auf jegliches Gehalt zugunsten des Unternehmens und der Mitarbeiter/innen.

10. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ setzt ANREIZE zum Umdenken und Handeln, um Mitarbeiter und Marktpartner in einen ständigen Verbesserungsprozess der Nachhaltigkeit einzubeziehen.

Ich bin als Netzwerker sehr breit organisiert. Wir sind Mitglied im „fair & regional“-Verband, bei UnternehmensGrün, bei Green Pearls® (das ist ein Verband von weltweit nachhaltig agierenden Hotels) und ich bin selbst Vorstandsvorsitzender des MICE Netzwerkes Brandenburg, bei dem ca. 30 Hotels in Brandenburg zusammengeschlossen sind, die sich einem hohen Qualitätsstandard unterwerfen und die serviceorientiert, qualitätsbewusst, regional verankert, naturverbunden sowie nachhaltig zertifiziert sind. Insofern arbeite ich dort ehrenamtlich für all diese Hotels, den Tagungsort Brandenburg weiterhin bekannt zu machen. Daran verdiene ich nichts, sondern lasse andere Unternehmen an unserem Erfolg partizipieren. Denn wir sind nicht nur ein Leuchtturmprojekt in Brandenburg, sondern durch unser Engagement inzwischen in ganz Deutschland und in der Ausstrahlung sogar auf europäischer Ebene.

Firmierung	Berichtszeitraum	Datum
Landgut Stober Kontor GmbH & Co. Betriebs KG	2020/2021	17.12.2021

Verantwortliche Person	E-Mailadresse	Telefonnummer
Michael Stober Geschäftsführer/Eigentümer	info@landgut-stober.de	033239-20440
i.A. S.Spiecker Marketing & Sales Koordinator	s.spiecker@landgut-stober.de	033239-20440