wildbad
tagungsort · rothenburg o.d.T.
in verantwortung leben

# GEMEIN-WOHL-BERICHT

## Wildbad Rothenburg

# Die Gemeinwohl-Ökonomie

**ist ein ethisches Wirtschaftsmodell, das die klassischen Unternehmensziele auf den Kopf stellt: von Gewinnmaximierung und Konkurrenz hin zu Gemeinwohlmaximierung und Kooperation.**

**Die Gemeinwohl-Bilanz ist das dazugehörige Messwerkzeug und macht Nachhaltigkeit messbar. Die zentralen Säulen sind Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit sowie Transparenz und Mitbestimmung.**

**Werte, für die wir stehen und die wir uns durch die Gemeinwohl-Ökonomie bestätigen lassen.**

**https://web.ecogood.org/de/**

## Inhalt


Berichtsvorlage ..... 1
Testat Gemeinwohl Ökonomie ..... 3
A LieferantInnen ..... 4
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette ..... 4
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette ..... 6
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette ..... 7
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette ..... 9
B EigentümerInnen & FinanzpartnerInnen ..... 11
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln ..... 11
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln ..... 15
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung ..... 16
B4 Eigentum und Mitentscheidung ..... 18
C Mitarbeitende ..... 19
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz ..... 19
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge ..... 22
C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden ..... 24
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz ..... 26
D KundInnen & Mitunternehmen ..... 28
D1 Ethische Kundenbeziehung ..... 28
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen ..... 30
D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen ..... 32
D4 KundInnen-Mitwirkung und Produkttransparenz ..... 34
E Gesellschaftliches Umfeld ..... 36
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen ..... 36
E2 Beitrag zum Gemeinwesen ..... 39
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen ..... 42
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung ..... 47
Ausblick ..... 49

wildbad
tagungsort · rothenburg o.d.T.
in verantwortung leben

# Berichtsvorlage

Das Wildbad Rothenburg versteht sich als Tagungshaus der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern, als ein Haus mit ganzheitlichem Konzept. Der Leitbegriff „Christliche Lebenskunst" beschreibt den Rahmen seiner Arbeit. Ethische Verantwortung in Kirche und Welt, eine ganzheitlich gelebte Spiritualität, Kunst- und Kultur, Offenheit für die Menschen aus allen Bereichen von Kirche und Gesellschaft sind Leitlinien des Handelns und der inhaltlichen Ausrichtung.

Die Tagungsstätte Wildbad ist eine unselbstständige Einrichtung der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern, ein Betrieb gewerblicher Art.

| | |
|---|---|
| **Firmenname** | Wildbad Rothenburg, Evangelische Tagungsstätte K.d.ö.R |
| **Rechtsform** | Körperschaft des öffentlichen Rechts |
| **Eigentums- / Rechtsform** | Unselbstständige Einrichtung der Evang.-Luth. Kirche in Bayern, Abteilung C „Ökumene und kirchliches Leben", Oberkirchenrat Michael Martin |
| **Zuständiger Referent** | Kirchenrat Manuel Ritter im Landeskirchenamt München |
| **Leiter** | Dr. Wolfgang Schuhmacher, Pfarrer |
| **Website** | www.wildbad.de |
| **Firmensitz** | Rothenburg ob der Tauber |
| **Mitarbeitende** | 40 |
| **Vollzeitäquivalente** | 27,10 |
| **Gästezimmer** | 56 Zimmer, 130 Betten |
| **Tagungsräume** | 9, sowie weitere Salons und Speisesäle |
| **Zusätzlich** | Gipsmühle an der Tauber |
| **Umsatz** | 2,3 Mio. Euro |
| **Zertifizierungen** | Bio, EMAS, EMASplus, Gemeinwohl-Ökobilanz (vorauss. 2021) |
| **Kooperationen** | Arbeitsgemeinschaft Tagungs- und Kongresswesen der Metropolregion Nürnberg. Arbeitsgemeinschaft für Ev. Erwachsenenbildung in Bayern, Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband, Evangelische Akademie Tutzing, Diakonie Neuendettelsau, Evangelisches Siedlungswerk, Himmlische Herbergen Deutschland, Kirchlicher Dienst in der Arbeitswelt, Kunstreferat der ELKB, Referat für Weltanschauungsfragen der ELKB, Tourismusverband Romantisches Franken, Umweltreferat der ELKB |
| **Jahresüberschuss:** | - |
| **Tochtergesellschaften/ verbundene Unternehmen:** | Das Wildbad Rothenburg ist eine Einrichtung der Evangelischen Landeskirche Bayern. Eine unselbständige Einrichtung, angegliedert an die Abteilung C des Landeskirchenamtes München „Kirchliches Leben und Ökumene" |

Berichtszeitraum: Januar bis Dezember 2019

## Produkte / Dienstleistungen

Eigene Formate, Touristen, Kunst & Kultur (Konzerte, Ausstellungen,
Begegnungsfläche Gesellschaft-Kirche-Wirtschaft-Kunst, Tagungen, Banketts, Belegerhaus.

## Das Unternehmen und Gemeinwohl

### Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

- Selbstverständnis und Verankerung in Kirche und Gesellschaft
- Ort für Begegnungen verschiedenster Gruppen

### Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

Wir nahmen zu mehreren Terminen an Veranstaltungen der GWÖ teil. Mit Kollegen der Himmlischen Herbergen wurde ein Workshop in Kassel zum Thema GWÖ initiiert.

### Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

Stephan Michels
michels@wildbad.de
09861 / 977 -0

Taubertalweg 42

91541 Rothenburg ob der Tauber





TESTAT

GEMEINWOHL ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft

Bilanzierendes Unternehmen mit externem Audit

| Testat: | Externes Audit | Gemeinwohl-Bilanz | Wildbad Rothenburg Evgl. Tagungsstätte KdöR |
|---|---|---|---|
| | M5.0 Kompaktbilanz | 2019 | Auditor*In: Regina Soergel |

| Wert / Berührungsgruppe | MENSCHENWÜRDE | SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT | ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT | TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG |
|---|---|---|---|---|
| A: LIEFERANT*INNEN | **A1** Menschenwürde in der Zulieferkette: 60 % | **A2** Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 50 % | **A3** Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 60 % | **A4** Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 20 % |
| B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN | **B1** Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 70 % | **B2** Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: ./. | **B3** Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 60 % | **B4** Eigentum und Mitentscheidung: 30 % |
| C: MITARBEITENDE | **C1** Menschenwürde am Arbeitsplatz: 50 % | **C2** Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 40 % | **C3** Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 20 % | **C4** Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 30 % |
| D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN | **D1** Ethische Kund*innen beziehungen: 70 % | **D2** Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 60 % | **D3** Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 30 % | **D4** Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 60 % |
| E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD | **E1** Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 60 % | **E2** Beitrag zum Gemeinwesen: 80 % | **E3** Reduktion ökologischer Auswirkungen: 90 % | **E4** Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 80 % |
| | | | Testat gültig bis: **29.02.2024** | **BILANZSUMME: 500** |

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
TestatID: **yo7rw**
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

# A LieferantInnen

## A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Grundsätzlich ist ethisches Beschaffungsmanagement schon seit einigen Jahren fester Bestandteil der Wildbad-Philosophie. Vor allem das Thema Nachhaltigkeit ist eines, dem wir uns in vielen Bereichen stellen. So hat das Wildbad eine grundsätzliche Haltung zum Thema Einkauf – dieser soll regional, nachhaltig, bio und fair sein. Entsprechend werden die Lieferanten und Partner ausgewählt.

„UNSER EINKAUF SOLL REGIONAL, NACHHALTIG, BIO UND FAIR SEIN"

Seit 2015 sind wir EMAS zertifiziert, im EMAS-Register eingetragen und führen das EMAS-Logo. Mit dieser Zertifizierung stellen wir unsere umweltschonende Wirtschaftsweise und die hohe Umweltleistung unseres Hauses durch nachhaltiges, ressourcenschonendes und enkeltaugliches Handeln unter Beweis, veröffentlichen regelmäßig eine Umwelterklärung und werden von einem unabhängigen, zugelassenen Umweltgutachter überprüft.
Aufbauend auf dem EMAS-Zertifikat ist das Wildbad seit Oktober 2019 auch nach dem EMASplus Nachhaltigkeitsmanagement zertifiziert, mit dem das europäische EMAS-System um die soziale und ökonomische Perspektive erweitert wird. Es geht darum, gesellschaftliche Verantwortung bestmöglich wahrzunehmen und zu gestalten, die ökonomischen, ökologischen und sozialen Wirkungen systematisch zu bewerten und kontinuierlich zu verbessern. Durch einen standardisierten Nachhaltigkeitsbericht gewährleisten wir eine transparente Information der Öffentlichkeit.

### Was haben wir zu Menschenwürde und faire Arbeit bei unseren LieferantInnen in Erfahrung gebracht?

Um die Verankerung der Themen Menschenwürde, faire Arbeit, Solidarität, Nachhaltigkeit und Transparenz/Mitentscheidung bei unseren LieferantInnen und PartnerInnen zu evaluieren, haben wir im Oktober 2020 eine Befragung zum Geschäftsjahr 2019 durchgeführt. Bei der Befragung wurden Unternehmen aus den Bereichen Essensresteverwertung, Druckerei, Wäschereiservice (inkl. Wäscheleasing), Reinigungsmittel, Energiezulieferer (Nah-Wärme, Strom und Gas), Baumarkt und Großhandelsgesellschaften (Gastronomiebedarf) angeschrieben. Von 16 LieferantInnen und Partnern haben 14 Unternehmen an der Befragung per detailliertem Fragebogen teilgenommen.

Im Rahmen dieser umfangreichen LieferantInnen-Befragung haben wir auch erhoben, welche der von uns eingekauften Produkte und Rohwaren ein Label tragen, das faire Arbeitsbedingungen und einen menschenwürdigen Umgang belegt. Bei einigen Produkten treffen wir unsere Kaufentscheidung gezielt aufgrund vorhandener Label/Zertifikate wie z.B. Fair Trade, Rainforest Alliance, Blauer Engel und GEPA die im Standard auch die Faire Arbeit/Menschenwürde berücksichtigen.

| UMFRAGE ZU FAIRER ARBEIT / MENSCHENWÜRDE | | |
|---|---|---|
| Lieferant / Bereich | Richtlinien vorhanden | Thematik präsent |
| Lebensmittelverwerter | ☺ | ☺ |
| Wäscherei/Textil | / | / |





| | | |
|---|---|---|
| Reinigungsmaterial | / | ☺ |
| Gastro-Vollsortimenter (ausschließlich bio) | ☺ | ☺ |
| Brauerei | / | / |
| Weingut | / | ☺ |
| Gastro-Vollsortimenter (konventionell & bio) | ☺ | ☺ |
| Metzgerei | / | ☺ |
| Bäckerei | / | ☺ |
| Druckerei | / | ☺ |
| Schreinerei/Möbelhaus | / | / |
| Strom/Wasser | ☺ | ☺ |
| Heizung | ☺ | ☺ |
| Baumarkt | / | |
| **Gesamt ja** | **5** | **10** |
| **Anteil „Ja" (von 100 %)** | **36 %** | **71 %** |

36 % unserer LieferantInnen arbeiten nach Richtlinien, die Faire Arbeit/Menschenwürde berücksichtigen. In 71 % der befragten Betriebe ist das Thema Faire Arbeit/Menschenwürde bereits in der Diskussion und präsent. Zahlreiche dieser LieferantInnen bemühen sich aktiv darum, die vorhandenen Richtlinien in ihre Arbeitsabläufe und ihr unternehmerisches Handeln zu integrieren.

Im Rahmen unserer Umfrage haben wir außerdem ermittelt, welche Produkte wir in den jeweiligen Geschäftsfeldern zukaufen (jeweils anteilig am Gesamteinkaufsvolumen) und in welchem Maße die Menschenwürde vor allem bei Dienstleistungen Dritter Berücksichtigung findet:

| Bereich | in % vom Gesamteinkaufsvolumen |
|---|---|
| Lebensmittel | 30,82 |
| Getränke | 6,40 |
| Sachkosten (Software, Weiterbildung, Werbung) | 15,54 |
| Dienstleistungen Dritter | 7,81 |
| Instandhaltungen ohne Baubudget | 8,28 |
| Versicherungen, Sonstige Abgaben | 6,82 |
| Heizung, Wasser und Strom | 16,16 |
| Sonstige Betriebskosten | 5,77 |

### Dienstleistungen Dritter

In den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Beratung, Brandschutzschulungen und -begehungen, Kommissionszahlungen an Online-Buchungsportale u. ä. nimmt das Wildbad Leistungen Dritter in Anspruch. Auch diese Dienstleister wurden zum Geschäftsjahr 2019 befragt. Vor allem im Bereich Beratung arbeiten wir mit Partnerunternehmen zusammen, die in der Regel selbständige Einzelunternehmer (Freelancer) sind, die ihre Honorare über definierte Stundensätze abrechnen. Dies gilt auch für Leiharbeitskräfte, mit denen wir im Bereich Küche, Service und Security arbeiten. Die Frage des ethischen Beschaffungsmanagements scheint uns in diesem Kontext nicht sinnvoll. Bei einschlägigen, teils internationalen Online-Buchungsportalen sind unsere Möglichkeiten, direkt Einfluss auf deren ethisches Handeln und Wirtschaften zu nehmen, äußerst gering und defacto nicht vorhanden.

### A 1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde

Das Wildbad bestätigt, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette nach uns zugänglichen Informationen nicht verletzt wird.

## A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Unser Einkauf im Lebensmittel und Getränkebereich ist regional, saisonal, nachhaltig produziert und nach Möglichkeit aus biologischem Anbau. Wenn ein Produkt überregional bezogen wird oder aus dem Ausland kommt, soll es fair-trade sein.

**Wie fördern wir einen solidarischen Umgang bei unseren LieferantInnen ?**

| UMFRAGE ZU SOLIDARITÄT / GERECHTIGKEIT | | |
|---|---|---|
| Lieferant / Bereich | Richtlinien vorhanden | Thematik präsent |
| Lebensmittelverwerter | ☺ | ☺ |
| Wäscherei/Textil | / | / |
| Reinigungsmaterial | / | ☺ |
| Gastro-Vollsortimenter (ausschließlich bio) | ☺ | ☺ |
| Brauerei | / | ☺ |
| Weingut | ☺ | ☺ |
| Gastro-Vollsortimenter (konventionell & teilweise bio) | ☺ | ☺ |
| Metzgerei | ☺ | ☺ |
| Bäckerei | / | ☺ |
| Druckerei | / | ☺ |
| Schreinerei/Möbelhaus | / | / |
| Strom/Wasser | ☺ | ☺ |
| Heizung | ☺ | ☺ |
| Baumarkt | / | / |
| **Gesamt ja** | **7** | **11** |
| **Anteil „Ja" (von 100 %)** | **50 %** | **79 %** |





Beim überwiegenden Anteil unserer LieferantInnen wissen wir aufgrund der langjährigen Geschäftsbeziehungen, dass überdurchschnittlich gute Arbeitsbedingungen geboten werden.

In den Bereichen Großhandel (Zubehör, Gerätschaften, Gastronomieutensilien), Baumärkte/Baustoffe, Wäscheleasing/Wäschereiservice, Reinigungsmaterial ist die konkrete Nachverfolgung aufgrund von langen Wertschöpfungsketten oder unklaren Herkünften nur mit großem Aufwand möglich und für das Wildbad nicht zu leisten. Teilweise spielen auch gesetzliche Vorgaben (z.B. Hygiene, Brandschutz u.s.w.) und der Mangel an Alternativen zu bestimmten Produkten eine Rolle bei einigen unserer Kaufentscheidungen.

Die Preisfindung erfolgt vor allem bei regionalen, kleinen AnbieterInnen, die häufig keine Zertifikate im Bereich faire Arbeit/Menschenwürde führen (z. B. Landwirte, Jäger, Fischzucht aus der Region), im fairen und offenen Dialog.
Wir pflegen mit unseren LieferantInnen vertrauensvolle und in der Regel langjährige Beziehungen. Sind Umsatz- oder Sortimentsverlagerungen in unserem Haus absehbar oder geplant, werden diese so gestaltet, dass Umsätze nach Möglichkeit bei unseren PartnerInnen verbleiben und lediglich umgeschichtet werden. Damit erweisen wir uns als verlässlicher, berechenbarer und beständiger Partner.

### A 2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber LieferantInnen

Wir können bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in er in der Zulieferkette nicht verletzt werden sowie die Marktmacht bei den wesentlichen LieferantInnen nicht ausgenutzt wir uns zugänglichen Informationen nicht verletzt wird.

## A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

„CIRCA 70 % UNSERER PRODUKTE SIND AUS NACHHALTIGER HERKUNFT"

Aufgrund unserer Grundsätze und Einkaufsphilosophie beziehen wir circa 70 % unserer Produkte (nach Umsatz) aus nachhaltiger Herkunft, also mit Öko- und Nachhaltigkeitslabeln wie z.B. regionale Herstellung, Bio, Blauer Engel, Fair Trade u. ä. Vor Einkäufen und Anschaffungen prüfen wir, ob ein Produkt in einer ökologisch-optimierten Alternative erhältlich wäre und entscheiden uns in der Regel für dieses. Den daraus resultierenden höheren finanziellen Aufwand kompensieren wir durch die Umschichtung von Budgets, höhere selbsterwirtschaftete Einnahmen oder die Änderung von Arbeitsabläufen und Angeboten.

Im Zuge unserer umfangreichen LieferantInnen-Befragung zum Geschäftsjahr 2019 haben wir ermittelt, in wieweit das Thema Nachhaltigkeit bei LieferantInnen und ZulieferInnen diskutiert oder bereits durch Zertifikate belegt wird.

**Wie ökologisch nachhaltig ist das Angebot unserer LieferantInnen ?**

| UMFRAGE ZU ÖKOLOGISCHER NACHHALTIGKEIT | | |
|---|---|---|
| Lieferant / Bereich | zertifiziert | Thematik präsent |
| Lebensmittelverwerter | ☺ | ☺ |
| Wäscherei/Textil | / | |
| Reinigungsmaterial | ☺ | ☺ |
| Gastro-Vollsortimenter (ausschließlich bio) | ☺ | ☺ |
| Brauerei | ☺ | ☺ |
| Weingut | ☺ | ☺ |
| Gastro-Vollsortimenter (konventionell & bio) | ☺ | ☺ |
| Metzgerei | ☺ | ☺ |
| Bäckerei | ☺ | ☺ |
| Druckerei | ☺ | ☺ |
| Schreinerei/Möbelhaus | ☺ | ☺ |
| Strom/Wasser | ☺ | ☺ |
| Heizung | ☺ | ☺ |
| Baumarkt | / | |
| Gesamt ja | 12 | 12 |
| Anteil „Ja" (von 100 %) | 86 % | 86 % |

Eines der wichtigsten Ergebnisse der Befragung ist die Erkenntnis, dass das Thema Nachhaltigkeit bei unseren LieferantInnen offenbar eine zunehmend wichtige Rolle spielt, Unterlagen und zu einem großen Teil bereits auch Zertifikate vorhanden und AnsprechpartnerInnen klar definiert sind.

Unsere LieferantInnen führen in den jeweiligen Geschäftsbereichen u.a. folgende Zertifikate: Bio-Verbandszertifikate; EU Bio Siegel; bayerisches Bio-Siegel, MSC-, ASC- und IFS-Zertifikate, BioSt-NachV und Biokraft-NachV (Bio-Masse Nachhaltigkeitsverordnung), 36. BImSchV (Verordnung zur Durchführung des Bundes-Immissionsschutzgesetzes), PSO-Zertifizierung (Prozess-Standard-Offset), FSC und PEFC Zertifizierung, DVGW TSM geprüft, VDE TSM geprüft, TÜV Austria zertifiziert, (Ökostrom im Bereich Sondervertragskunden durch Herkunftsnachweise TÜV SÜD zertifiziert).
Besonders Betriebe aus den Bereichen Lebensmittel und Getränke treiben das Thema aktiv voran, während bei Großhandelsunternehmen teilweise noch nicht das gleiche Engagement zu beobachten ist.

Ergänzend zur LieferantInnen-Befragung wurde 2019 die Küchenphilosophie verschriftlicht und zur weiteren Reduzierung des Fleisch- und Fischkonsums mehrere Workshops in Zusammenarbeit mit einer Ernährungsberaterin abgehalten. Dabei wurden sämtliche Rezepturen überarbeitet und für den Einkauf eine Erhöhung des Wareneinsatzes definiert.
Wo immer möglich, arbeiten wir mit regionalen AnbieterInnen zusammen. So werden z.B. Möbel und Inneneinrichtungsgegenstände von regionalen Schreinereien/Möbelhäusern bezogen.





Fleisch, Backwaren und Süßwasserfische beziehen wir überwiegend von AnbieterInnen direkt vor Ort. Die örtliche Metzgerei hat eine eigene Rinderzucht, bezieht Schweine von Bauernhöfen aus der direkten Umgebung (5 km). Um Gäste für die Bedeutung und Vielfalt alter Obstsorten zu sensibilisieren, bieten wir verschiedene Apfel- und Birnensorten mit kurzen Beschreibungen zum Probieren - vor allem im Vergleich zu sogenannten Clubsorten - an.

Darüber hinaus sind wir Förderer der internationalen Slow-Food-Bewegung, die sich für ein sozial und ökologisch verantwortungsvolles Lebensmittelsystem einsetzt, das die biokulturelle Vielfalt und das Tierwohl schützt.
Bei der Energieversorgung haben wir die örtlichen Stadtwerke als Partner, mit denen wir auch ein Nahwärmeprojekt realisiert haben bzw. an die Nahwärme (örtliches Hallenbad) angeschlossen sind.

### A 3 Negativaspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Das Wildbad bestätigt, dass keine Produkte oder Dienstleistungen zugekauft wurden, die in der Lieferkette mit besonders schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen.

## A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Für alle ZulieferInnen und PartnerInnen ist die Philosophie des Hauses, zu dem unser ethisches Einkaufsverhalten zwingend gehört, jederzeit auf der Homepage des Wildbads dokumentiert und einsehbar. Da wir mit einem Großteil unserer PartnerInnen bereits jahrelang vertrauensvoll zusammenarbeiten, ist ein enger und offener Austausch über avisierte Bezugsmengen selbstverständlich. Auch die Preisfindung z. B. bei Gemüse, Obst oder Wildfleisch, das wir frisch vom Jäger beziehen, erfolgt partnerschaftlich und in einem fairen Dialog.

Stellen wir bei eingekauften Produkten Qualitätsmängel fest oder werden mit Lieferproblemen konfrontiert, sprechen wir dies offen, fair und lösungsorientiert an und bemühen uns um eine gemeinsame Lösung. Innerbetriebliche Prozesse unserer LieferantInnen und PartnerInnen, wie etwa die Betriebsübergabe an die nächste Generation und die Umstellung von Produktionstechniken im Lebensmittelhandwerk, unterstützen wir partnerschaftlich. Bei der Verlagerung von Umsätzen einzelner Produkte auf andere LieferantInnen, wird dies frühzeitig mit den PartnerInnen besprochen und ggf. nach Alternativumsätzen gesucht.

**Wie nehmen wir Einfluss auf einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten?**

| UMFRAGE ZU TRANSPARENZ / MITENTSCHEIDUNG | | |
|---|---|---|
| Lieferant / Bereich | zertifiziert | Thematik präsent |
| Lebensmittelverwerter | / | ☺ |
| Wäscherei/Textil | / | / |
| Reinigungsmaterial | / | / |
| Gastro-Vollsortimenter (ausschließlich bio) | / | ☺ |
| Brauerei | / | ☺ |

| | | |
|---|---|---|
| Weingut | / | ☺ |
| Gastro-Vollsortimenter (konventionell & teilweise bio) | / | ☺ |
| Metzgerei | / | / |
| Bäckerei | / | ☺ |
| Druckerei | / | ☺ |
| Schreinerei/Möbelhaus | / | ☺ |
| Strom/Wasser | / | ☺ |
| Heizung | / | ☺ |
| Baumarkt | / | / |
| **Gesamt ja** | **0** | **10** |
| **Anteil „Ja" (von 100 %)** | **0 %** | **71 %** |

Unserer Kenntnis nach gibt es kein Label, mit dem die Transparenz und Mitentscheidung in einem Unternehmen zertifiziert wird. Entsprechend führen unsere LieferantInnen und PartnerInnen auch kein solches Label. Wir sehen unseren Beitrag zu einer transparenten und partnerschaftlichen Ausgestaltung unserer LieferantInnen-Beziehungen vor allem in einer fairen Preispolitik. Wir kaufen unsere Waren und Dienstleistungen zu fairen Preisen ein, die abgesprochenen Zahlungsziele werden eingehalten und Rechnungen zeitnah beglichen. Die Verlässlichkeit und Sicherheit der Zahlungen ist durch die Zugehörigkeit zur Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern gewährleistet.





# B EigentümerInnen & FinanzpartnerInnen

## B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Das Wildbad befindet sich vollständig im Eigentum der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern (ELKB) und ist als kirchliche Tagungsstätte ein rechtlich unselbständiger Bestandteil der ELKB. In diesem Sinne verstehen wir uns als kirchliche Non-Profit-Organisation, die keinen Gewinn im eigentlichen Sinn anstrebt, sondern ihre finanziellen Erträge, ergänzt um Eigenmittel der ELKB, zur Erreichung der inhaltlichen Ziele einsetzt. Um die Unabhängigkeit des Wildbads zu wahren, wird ein möglichst hoher Anteil der Kostendeckung durch eigene operative Maßnahmen angestrebt.

Unsere Rechnungslegung orientiert sich an zeitgemäßen Standards und zeichnet sich durch größtmögliche Transparenz aus. Die Einhaltung dieser Grundsätze wird von Rechnungsprüfern der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern über den jeweiligen Jahresabschluss des Wildbads sowie im Rahmen der Wirtschaftsprüfung der ELKB durch beauftragte unabhängige Wirtschaftsunternehmen überprüft.

Wir verpflichten uns, die ethischen und finanzpolitischen Grundsätze der ELKB bei der Durchführung unserer Arbeit und auch bei der Verwaltung unserer Finanzen einzuhalten. Die jährlichen Haushaltszahlen des Wildbads werden in einem eigenen Buchungskreis im Jahresabschluss der Landeskirche mit eigenen Kostenstellen, Gewinn- und Verlustrechnung und Bilanz dargestellt.

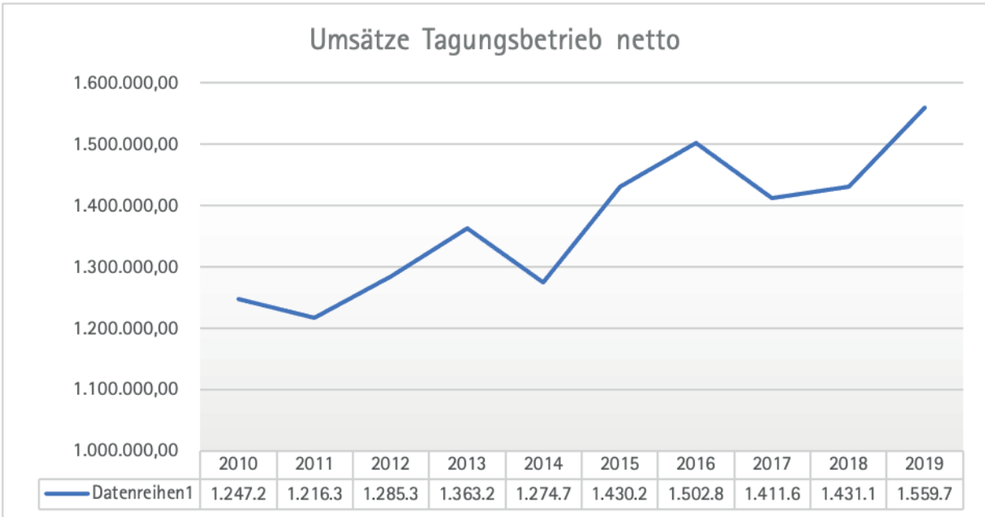
Sofern die ELKB Kredite aufnimmt, werden diese nicht für die Arbeit des Wildbads aufgewendet.

### Welche Eigenmittel werden von Wildbad generiert?

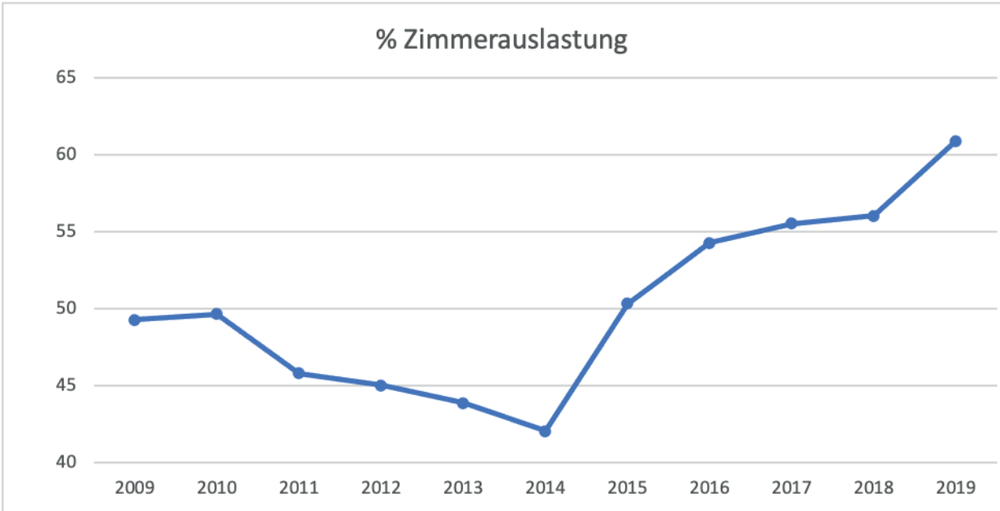
Das Wildbad finanziert seine operative Tätigkeit weitgehend über Erträge aus Tagungen, Seminaren, Workshops und sonstigen Veranstaltungen mit einem relevanten Anteil an Übernachtungen und Food & Beverage. Aus dem kirchlichen Auftrag ergeben sich weitere Eigenmittel der Evangelischen Landeskirche sowie Zuschüsse, die eine 100 % Kostendeckung gewährleisten.

Werden durch die operative Tätigkeit Überschüsse erzielt, fließen diese wieder in den Haushalt der ELKB ein. Diese Überschüsse stehen uns zwei Jahre später zu 50 % zur Verfügung. Unsere Tagungsstätte erwirtschaftet daher im rechtlichen Sinne auch keine Rücklagen.
Sollten jedoch Verluste erwirtschaftet werden, werden diese direkt aus dem Budget der Abteilung „C" Kirchliches Leben und Ökumene unserer Eigentümerin aufgefangen.

Erlöse, die das Wildbad aus dem Übernachtungs-, Tagungs- und Restaurantgeschäft erzielt:

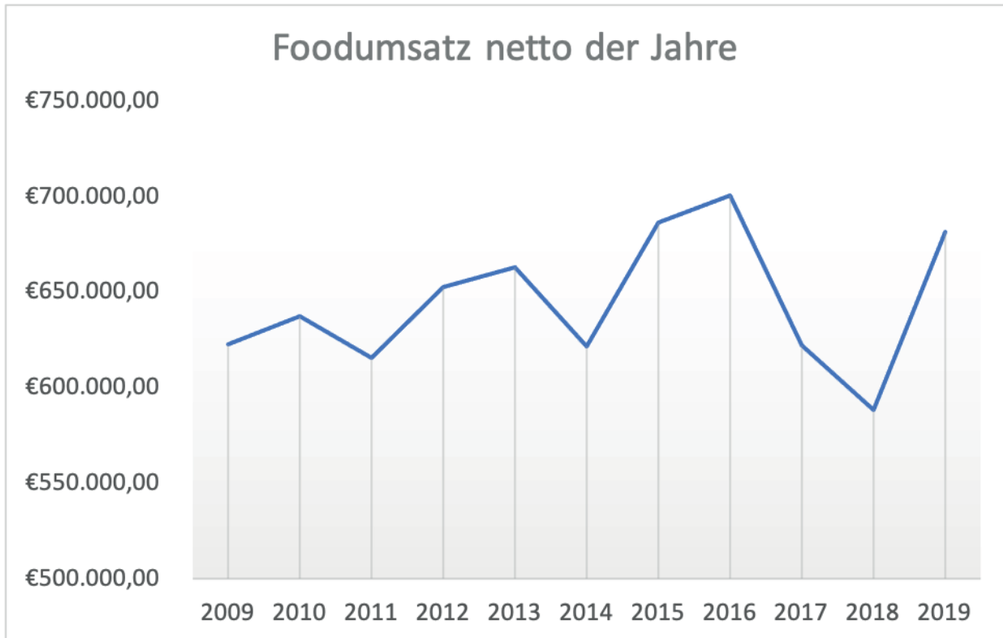



Hinzu kommen weitere Erlöse/Einnahmen, wie z.B. Zuschüsse für das Projekt art residency, Spenden und Kollekten, Personalkostenzuschüsse (Mitarbeiter mit Einschränkungen) in Gesamthöhe von 67.000 Euro.

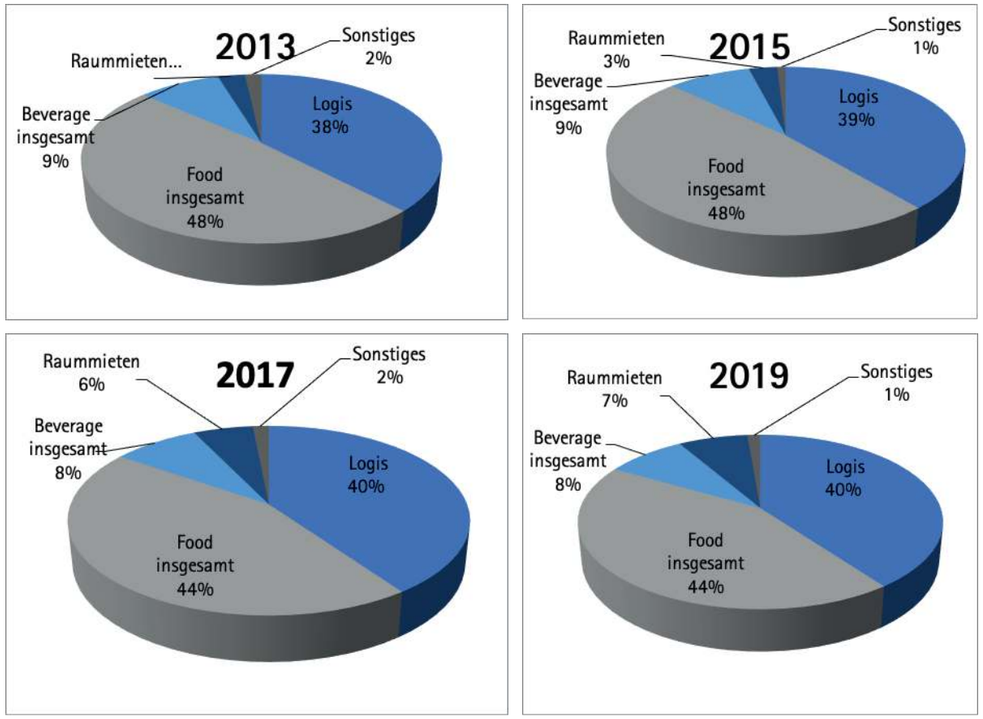







Seit 2011 werden die Zimmer des Wildbades auch auf Reservierungsportalen angeboten. Veranstaltungsräume werden besser genutzt und der durchschnittliche Umsatz pro Zimmer, sowie im Bankettbereich wurde durch andere Formate und Gruppen aus der Wirtschaft und Tourismus gesteigert. Insgesamt wurde die Qualität der Arbeit im Haus gesteigert, Arbeitsabläufe optimiert, Produktinnovationen vorangetrieben, attraktive Kooperationen im touristischen Bereich und mit der Wirtschaft wurden vertieft.




Das Wildbad und die Evangelisch-Lutherische Kirche in Bayern als Eigentümerin arbeiten hauptsächlich mit FinanzpartnerInnen, die ethisch nachhaltig ausgerichtet sind. Alle Finanztransaktionen des Wildbads erfolgen über die Evangelische Bank. Diese hat in ihrem Unternehmensleitbild festgeschrieben, dass das unternehmerische Handeln auf den drei Säulen der Nachhaltigkeit basiert. Es werden ökonomische, ökologische und sozial-ethische Ziele verfolgt. Die Evangelische Bank hat einen Corporate Governance Kodex erarbeitet, der dem christlichen Wertekonzept und dem Anspruch der Evangelischen Bank als größter deutschen Kirchenbank entspricht. Es werden sowohl die christlichen Werte als auch ökonomische, ökologische und soziale Standards berücksichtigt. Die Evangelische Bank veröffentlicht jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht. Sie verfügt darüber hinaus über verschiedene Zertifizierungen, wie z. B. EMAS und EMASplus, und erhält auch positive Bewertungen durch oekom Research.

Dienstleister in der Kreditkartenabwicklung von Wildbad ist VR-Pay. VR Pay und Card Process werden über die Evangelische Bank abgewickelt. Die VR-Payment ist eine 90 % Tochter der DZ-Bank-Gruppe und orientiert sich, nach eigenen Aussagen an deren Wertegrundsätzen

| KENNZAHLEN | |
|---|---|
| Anteil Eigenkapital | 100 % |
| Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil Mittelstand | 32,8 % |
| Fremdfinanzierung | 0,0 % |





# B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

### Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?

Bestandteil der Wirtschaftsplanung des Wildbads im Rahmen der ELKB sind immer auch Mittel zur Deckung wichtiger Zukunftsausgaben. Neben Investitionen, die hauptsächlich die Anlagenbuchhaltung betreffen, sind dies Ausgaben im Sachaufwand, wie Werbungskosten, Öffentlichkeitsarbeit, Personalschulungen und Beratungskosten.

Hinzu kommen Investitionen in ökologisch und qualitativ optimierte Einkäufe, wie regionale, sowie Bio-Lebensmittel, Papierbeschaffung und Büromaterial. Darüber hinaus wurde über die Jahre verstärkt in moderne Tagungstechnik investiert.

Die Deckung der Zukunftsausgaben erfolgt hauptsächlich aus der laufenden Geschäftstätigkeit. Darüber hinaus werden die Zukunftsausgaben im Rahmen der mittelfristigen Finanzplanung ermittelt und deren Deckung durch den Eigentümer auch im Rahmen der Risikovorsorge abgesichert. Dadurch waren wir in den vergangenen Jahren in der Lage ausreichende Investitionen in die Zukunftsfähigkeit zu tätigen.

Im kommenden Wirtschaftsplan sind Mittel für eine neue WLAN-Infrastruktur, sowie die Verbesserung der Akustik in den Tagungsräumen und Speisesälen eingeplant. Für die Küche sollen moderne Geräte angeschafft werden, die ein effizienteres Arbeiten samt innovativer neuer Küche ermöglichen. Gästezimmer wurden in den letzten Jahren laufend renoviert, um sie auf einen guten aktuellen Stand zu bringen. Ebenso befindet sich der gesamte Bau in einem guten Zustand. Monatlich finden Baubegehungen statt, ein kompetentes Architekturbüro berät in Fragen des Denkmalschutzes.

### Welche Ansprüche stellen die EigentümerInnen des Wildbads an Kapitalerträge und mit welcher Begründung?

Die ELKB als Eigentümerin schüttet generell keine Kapitalerträge aus und stellt insoweit auch keine monetären Ansprüche.

| KENNZAHLEN | |
|---|---|
| Mittelüberschuss aus der laufenden Geschäftstätigkeit | - |
| Gesamtbedarf Zukunftsausgaben | 450.000 EUR |
| Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben | 450.000 EUR |
| Anlagenzugänge | 280.000 EUR |
| Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn) | - |
| Ausgeschüttete Kapitalerträge | - |

### B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Das Wildbad kann bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln jederzeit fair erfolgte.

# B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

### Welche Investitionen im Wildbad haben ökologisches Verbesserungspotenzial?

Wir achten generell bei der Mittelverwendung auf ethische, soziale und nachhaltige Faktoren. Sozial-ökologische Mittelverwendung und Investitionen rückten dabei in den letzten Jahren gerade auch im Kontext unseres kirchlichen und öffentlichen Auftrags, sowie unserer angebotenen Dienstleistungen immer stärker in den Vordergrund. Dazu hat unser Unternehmen langjährige Erfahrungen mit einem „Umweltteam", das sich dieser Themen in einem kontinuierlichen Entwicklungsprozess annimmt.

Ökologisches Verbesserungspotential haben nahezu alle unsere Investitionen. Dies gilt für die Bereiche der Gebäudesanierung und Gebäudetechnik, für unser Tagungsmanagement bezogen auf Ausstattung und Verpflegung, sowie für die Modernisierung der technischen Infrastruktur, Investitionen in Personalentwicklung und Entwicklung weiterer ökologisch ausgerichteter Angebote (z.B. Workshop nachhaltige Ernährung, Vermeidung Speiseabfälle s. Kapitel E und A).

### Welche Mittel wurden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme genutzt?

Die erforderlichen Mittel konnten nahezu vollständig im Rahmen unserer Wirtschafts- und Investitionsplanung gestellt werden. Öffentliche Fördermittel wurden nicht in Anspruch genommen.

### Welche Investitionen haben wir vorgenommenen?

**Investitionen 2019 als Tabelle zu B3:**

| Art der Investition | Kosten in € |
|---|---|
| Podeste Bühne 2019 | 7.500 |
| Möbel Notbetten | 1.000 |
| Rasenmäher | 800 |
| Tische E 8 | 5.000 |
| Spülmaschine Ebene 4 | 17.000 |
| Universalmaschine Küche | 7.000 |
| Technik Theatersaal und Tagungsräume | 10.000 |
| Akkustik und Licht Tagungsräume E5 | 9.000 |
| Gästezimmer Kurhaus Teil II (11 Zimmer) | 96.000 |
| GWG | 4.000 |
| Kunstanschaffung | 5.000 |
| Gesamt | **141.600 €** |

### Wie beteiligte sich das Wildbad an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

Als Betrieb im Eigentum der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern haben wir nur begrenzte eigenständige Möglichkeiten, uns an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte zu beteiligen oder Geld in Nachhaltigkeitsfonds anzulegen. Vorhandene Liquidität fließt, wie in Kapitel B1.3 beschrieben, in die Liquidität unserer Kirche ein.





Das Wildbad finanziert deshalb sozial-ökologische Projekte überwiegend nicht direkt durch Geldmittel, sondern durch „Naturalien" und unentgeltliche personale Dienstleistungen, wie z.B. der Beschäftigung von beeinträchtigten Menschen oder zur Verfügung gestellte kostenfreie Räumlichkeiten, vergünstigtes Essen / Übernachtungen für kirchliche und öffentliche Einrichtungen wie z.B. Polizeiseelsorge, Bundeswehrseelsorge, Blaues Kreuz, Konfirmanden, Schüler, Studierende Chöre u.v.m.. Siehe auch Kapitel D.

### Kennzahlen:

| | |
|---|---|
| Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf | 430 Tsd. € |
| Realisierung der ökologischen Investitionen | 60 % |
| Mitfinanzierte ökologische Projekte | 0 |
| Fonds-Veranlagungen | 0 |

### B 3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Wir bestätigen, dass das unser Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut.

# B4 Eigentum und Mitentscheidung

### Wer sind die EigentümerInnen von Wildbad, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?

Eigentümerin ist zu 100 % die Evangelisch-Lutherische Kirche in Bayern.

Die Evangelisch-Lutherische Kirche in Bayern haftet vollumfänglich für die Einrichtung Wildbad. Sie ist im Rahmen ihrer Wirtschaftsplanung und Haushaltsordnung gegenüber den Verantwortlichen der Einrichtung weisungsbefugt.

In diesem Rahmen verpflichtet sich die Kirche zur Gewährleistung einer guten betrieblichen Ausstattung, sowie der Bereitstellung erforderlicher Mittel zur Deckung des laufenden Betriebs und von Zukunftsausgaben.

### Welche Formen von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung gibt es für unser Unternehmen?

Das Wildbad ist kirchliches Eigentum. Dadurch fungieren die Mitglieder der Kirche mittelbar als EigentümerInnen unseres Unternehmens. Eine Beteiligung weiterer EigentümerInnen ist auch dauerhaft nicht vorgesehen. Damit existieren auch keine aus einer Miteigentumseigenschaft entstehenden Mitentscheidungsrechte. Die Eigentumsverhältnisse haben sich in den letzten 40 Jahren nicht verändert.

### Wie sichert das Wildbad transparente Entscheidungsgrundlagen für die EigentümerInnen?

Als rechtlich unselbständiges Unternehmen sind wir in Fragen der Mitentscheidung eingeschränkt. Jedoch wurden eine Reihe von Gremien und Arbeitsgruppen eingerichtet, um größtmögliche Transparenz herzustellen, sowie Partizipation für verschiedene Berührungsgruppen zu ermöglichen. Das sind insbesondere:

a) Leitungsteam (Leitung Wildbad und Abteilungsleitungen): Mitentscheidung und Vorbereitung von Entscheidungen, z. B. Vermarktung, Einkauf, Strategische Entscheidungen für den Hotelbereich;

b) Leitungsausschuss (Leitungsgremium im Auftrag des Landeskirchenamtes): Strategische und inhaltliche Themen;

c) EMAS Team: Umwelt- und gemeinwohlorientierte AG, welche in Umweltfragen mitarbeitet und selbst Vorschläge unterbreitet;

d) GWÖ Team: Erstellung GWÖ-Bericht und Weiterentwicklung, inkl. ehrenamtliche Mitarbeit.

Verteilung des Eigenkapitals: Evangelisch-Lutherische Landeskirche Bayern 100 %

### B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Wir können bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind und auf Grund der EigentümerInnen-Struktur des Unternehmens auch nicht vorgesehen sind.





# C Mitarbeitende

## C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Als evangelische Tagungsstätte legen wir großen Wert auf ein gutes Miteinander aller im Wildbad beschäftigten Mitarbeitenden. Dieses würdevolle Miteinander gehört untrennbar zum Selbstverständnis und Selbstanspruch des Hauses, das sich u.a. in unserem Leitbild widerspiegelt. Unser Handeln ist geprägt von Achtsamkeit gegenüber Menschen und Natur. Integrität und Verlässlichkeit, nachhaltiges Handeln, Einsatz für Gerechtigkeit und Transparenz im Handeln und Respekt gegenüber anderen Menschen werden in unserem Haus.

„WÜRDEVOLLES MITEINANDER GEHÖRT UNTRENNBAR ZU UNSEREM SELBSTVERSTÄNDNIS"

Deshalb arbeiten wir in verankerten Foren/Gruppen in einem transparenten und partizipativen Miteinander. In der Entwicklung und der Einsetzung dieser Gruppen (z.B.: EMAS Team, Altersgerechtes Arbeiten) waren die Mitarbeitenden beteiligt. Das zeigt sich auch darin, dass sich das Wildbad seit 2018 aktiv dem Thema der christlichen Lebenskunst stellt. Diese umfasst die verschiedenen Facetten menschlichen Lebens im Kontext eines gelebten christlichen Glaubens.

Für uns gehört zu christlicher Lebenskunst untrennbar das Nachdenken über ein nachhaltiges, umweltbewusstes, enkeltaugliches Leben und die Schonung unserer Ressourcen dazu. Sie beinhaltet ein ethisch verantwortetes Zukunftskonzept. Die christliche Lebenskunst orientiert sich konkret an der Frage nach dem persönlichen Wohl von Menschen, einem pflegsamen Umgang mit der Natur und Umwelt. Sie zeigt sich auch in einem kontinuierlichen Nachdenken über eine konkret wahrnehmbare Verantwortung im Bereich des inneren Lebens des Hauses mit seinen gelebten Werten und den alltäglichen Abläufen.

Allem Handeln im Wildbad, sei es im Miteinander der Mitarbeitenden, wie auch in der Begegnung mit dem Gast, liegt der grundlegende Anspruch zugrunde: Jeder Mensch ist von Gott einmalig geschaffen in seiner Würde. Gemäß unserem Leitbild pflegen wir einen achtsamen Umgang, achten auf Gerechtigkeit im Miteinander, eine gute Kommunikation und haben eine integrierte Feedbackkultur. Wir unterstützen das soziale und persönliche Miteinander der Mitarbeitenden durch konkrete Maßnahmen.

### Wie ist das Miteinander der Mitarbeitenden und wie wird Diversität gelebt?

Es gibt regelmäßige Mitarbeitendengespräche (Abteilungsdienstgespräche, Jahresgespräche). In den Dienstgesprächen werden gleichermaßen die Arbeitsabläufe in den Blick genommen und besprochen, wie auch Fragen bzw. Probleme der einzelnen Personen, sofern diese von den Mitarbeitenden eingebracht werden. Die leitenden Personen in den Abteilungen öffnen hier bewusst Räume (des Vertrauens) und Zeiten, damit dies möglich ist. Die leitenden Personen wurden in verschiedenen Workshops, zum Teil durch Einzelcoaching, geschult.

Vielfalt und Diversität werden im Wildbad bewusst gepflegt und gehören aufgrund unsers Selbstverständnisses, das in einem christlichen Menschenbild verankert ist, zur Kultur des Hauses. Die Führungskräfte achten die Würde der einzelnen Person und thematisieren Fragen der Diversität in ihren gemeinsamen Besprechungen. Spezielle Weiterbildungsmaßnahmen gab es in diesem Kontext bislang keine. Das Wildbad ist offen für Menschen unabhängig von ihrer Nationalität oder sexuellen Orientierung und begegnet allen gleichermaßen wertschätzend. Es wird erwartet, dass die Mitarbeitenden das christliche Werteverständnis der ELKB mittragen.

## Was machen wir zur Gesundheitsvorsorge und persönlichen Weiterentwicklung der Mitarbeitenden?

Die Gesundheit der Mitarbeitenden hat für uns einen hohen Stellenwert. Deshalb werden in Abstimmung mit der Mitarbeitendenvertretung regelmäßig Maßnahmen/Kurse, die der Gesundheitsvorsorge und Prävention dienen, angeboten (wie z.B. Präventionsangebote wie Muskelentspannung und Rückenschulung und altersgerechtes Arbeiten).
Wie seit vielen Jahren wurde auch im Berichtszeitraum des Jahres 2019 die jährlich wiederkehrende Hygieneschulung durchgeführt, die wichtige Maßnahme zum Hautschutz wurde mit Unterstützung der zuständigen Betriebsärztin wahrgenommen. Weiter wurde auch eine Ersthelferschulung durchgeführt. An einer Hand-/Hautschutz-Vorsorgeuntersuchung haben 12 Mitarbeitende teilgenommen, an einem 6-stündigen Seminar zu altersgerechtem Arbeiten haben 15 Mitarbeitende teilgenommen.

Im Wildbad ist ein kontinuierlich arbeitender Arbeitssicherheitsausschuss installiert, in dem neben dem Sicherheitsbeauftragten der Landeskirche sowohl Mitarbeitende, Hausleitung und die MAV beteiligt sind.

In der erweiterten Fürsorge für die Mitarbeitenden gibt es die fest installierte Möglichkeit in gewissen Abständen Auszeiten wahrzunehmen, die sowohl der spirituellen Stärkung, der persönlichen Erholung und der Weiterentwicklung der Persönlichkeit dienen. Diese sind:

**„Atemholen" (Zeitraum von drei bis vier Wochen alle vier Jahre)**

Atem holen ist ein Angebot der ELKB, zwischen drei und vier Wochen eine geistlich begleitete Auszeit zu nehmen – in der Regel in einer der evangelischen Kommunitäten am Schwanberg oder in Selbitz. Viel Stille, geistliche Gespräche, die Möglichkeit der Teilnahme an den Tagzeitengebeten und genügend Bewegung in der Natur können hilfreich sein für ein gutes und ausgewogenes Verhältnis von Arbeit und dem restlichen Leben.

**„Durchschnaufen"**

Unter dieser Überschrift zusammengefasst sind unterschiedliche Formate der geistlichen Erholung und der körperlichen Entspannung. Ähnlich wie beim klassischen „Atem holen" ist dabei das Ziel, sich zu regenerieren.

**Exerzitien / Spirituelle Auszeiten**

Bei Exerzitien (von je 5-10 Tagen) ist Gelegenheit, sich mit ausgebildeten Exerzitienbegleitern und -begleiterinnen einige Tage ganz aus dem Gewohnten zurückzuziehen und die Zeit im Schweigen zu verbringen.

**Sabbatjahr**

Die Mitarbeitenden können auf Antrag ein Sabbatjahr ohne Weiterführung des Gehaltes in Anspruch nehmen. Während dieser Zeit bleibt die Arbeitsstelle erhalten.

Im Wildbad gibt es ein betriebliches Wiedereingliederungsmanagement und ein entsprechendes Reglement.

Die Weiterentwicklung der Mitarbeitenden folgt einem individuellen Ansatz, d.h. die einzelnen Mitarbeitenden können im gesetzlichen Rahmen Weiterbildungen wahrnehmen, wenn sie der beruflichen und persönlichen Weiterbildung dienen und gleichzeitig auch im Interesse des Wildbads sind. Die Mitarbeitenden haben auch die Möglichkeit, kostenfrei an allen vom Wildbad durchgeführten Haustagungen und Hausveranstaltungen teilzunehmen. 2019 haben wir gesetzlich verpflichtende ErsthelferInnen-, Brandschutz- und Hygieneschulung durchgeführt.





Im Jahr 2019 haben alle Mitarbeitenden der Rezeption an einer eintägigen Weiterbildungsmaßnahme zum Thema Belegungsmanagement teilgenommen.

Vor dem Hintergrund zahlreicher Umstellungen in der Küche haben wir 2019 schwerpunktmäßig auch Weiterbildungen im Bereich Küche durchgeführt. Dazu gehören:

- die Umstellung der Arbeitsstrukturen
- Vorbereitungen zur Erarbeitung einer umfangreichen Rezeptdatenbank
- vorbereitende Maßnahmen zur Biozertifizierung
- Verbesserung der Arbeitsstrukturen

Um stets über aktuelle Trends, Neuerungen und Marktentwicklungen informiert zu sein, haben Mitarbeitende des Wildbads die Möglichkeit, ausgewählte Fachmessen zu besuchen. Ziel dabei ist es, Fragestellungen und Herausforderungen des betrieblichen Ablaufs im Blick zu haben und die jeweiligen Angebote auf ihre Brauchbarkeit im Betrieb zu prüfen. Anregungen und Denkanstöße, die sich durch die Messebesuche eröffnen, werden anschließend im Team lebhaft und lösungsorientiert diskutiert.

## Wie sind unser Konfliktmanagement und unsere Feedbackkultur?

Im Wildbad ist eine Feedbackkultur eingerichtet. In allen Arbeitsbereichen und Abteilungen des Hauses wird zu einem persönlichen, wertschätzenden und konstruktiven Feedback in der wöchentlichen Dienstbesprechung eingeladen. Es wird darauf geachtet, dass Feedback in beide Richtungen ermöglicht wird. Konflikte werden im persönlichen Gespräch, gemeinsam mit Leitungspersonen und Mitarbeitenden, u. U. auch mit der Mitarbeitendenvertretung geklärt.

| Demographische Angaben zur Struktur der Mitarbeitenden | |
|---|---|
| Anzahl der Mitarbeitenden | 37 |
| Durchschnittsalter (im Durchschnitt) | 53,3 Jahre |
| Betriebszugehörigkeit (im Durchschnitt) | 14, 6 Jahre |
| Konfession | 29 evangelisch, 6 katholisch |
| Geschlecht | 27 weiblich, 10 männlich |
| Ethnien | 5 |
| Gesundheits-/Krankenquote | 8,35 Tage (inkl. 2 Langzeiterkrankte) |
| Betriebsunfälle | / |
| körperliche Einschränkungen (GdB) | 5 Mitarbeitende mit GdB über 50 % |

### C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

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

# C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

### Wie stellt das Wildbad sicher, dass Arbeitsverträge solidarisch und gerecht sind?

Das Wildbad ist arbeitsrechtlich dem öffentlich rechten Dienst angegliedert. Deshalb können die Arbeitsverträge kaum individuell gestaltet werden. Es gibt für die entsprechenden Tätigkeiten über verbindliche Tarifverträge und tarifgemäße Eingruppierungen der Arbeitsverträge Vorgaben (TVL und DIVO), wie diese in den Arbeitsverträgen und den Aufgabenbeschreibungen/Tätigkeitsbeschreibungen festgehalten werden sollen. In der Folge ist Gehaltsspreizung gering. Heimarbeit ist nur im Bereich der Verwaltung möglich, da die Tätigkeiten im Betrieb weitgehend nur vor Ort geleistet werden können (Servicebetrieb mit Gästen). Im Wildbad gibt es keine Telearbeitsplätze.
Die wöchentlichen Arbeitszeiten sind vertraglich geregelt. Sie können jedoch nach Arbeitsaufwand/saisonal variieren. Die vertraglich vereinbarte Arbeitszeit kann flexibel an persönliche Bedarfe angepasst werden, wenn der Betriebsablauf weiterhin gewährleistet ist.

### Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst" zusteht?

Das Wildbad liegt in einer ländlichen Region. Die Höhe der Mieten ist den vergangenen Jahren gestiegen und liegt derzeit bei ca. 9,50 Euro/m². Die Mitarbeitenden können mit ihrem Verdienst ihren Lebensalltag lebenswürdig gestalten. Nicht alle haben auf ihrem Arbeitsplatz die Möglichkeit, den Vertrag mit einer höheren Zahl der Stunden aufzustocken. Zum Teil arbeiten Mitarbeitende als Zuverdienende/Zweitverdienende im Betrieb und haben ihre Arbeitszeit wegen privater Verpflichtungen bewusst reduziert. Andere Bereiche, wie z. B. die Rezeption, sind in Folge einer betrieblichen Grundentscheidung in Teilzeitarbeitsplätze eingeteilt. Bei freiwerdenden Stellen wird geprüft, ob es bei einer Nachbesetzung einer Stelle die Möglichkeit gibt, die finanzielle Situation eines/einer Mitarbeitenden z.B. durch Erhöhung der wöchentlichen Arbeitszeit zu verbessern.

### Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu gewährleisten, werden die Arbeitszeiten im Wildbad durch einen Dienstplan geregelt, der den Mitarbeitenden rechtzeitig (bis zu vier Wochen im Voraus) vorliegt. Über einen Wunschplan können Mitarbeitende präferierte Arbeitszeiten angeben. Es ist eine manuelle Zeiterfassung eingerichtet. Ein Ausgleich der Über- oder Minusstunden erfolgt über die Dienstplangestaltung. Das Arbeitsaufkommen ist in der Regel saisonabhängig oder wird von der Zahl der Buchungen und Veranstaltungen bestimmt. Damit ein regelmäßiger Ausgleich der Arbeitszeit gewährleistet werden kann, wird je nach Saison auch Saisonpersonal bzw. Leihpersonal eingesetzt. Mitarbeitende in der Verwaltung können die Arbeitszeiten weitgehend selbst einteilen.

Wir versuchen durch verschiedene Regelungen bewusst die Möglichkeit eines ehrenamtlichen Engagements und Familienzeit zu unterstützen. Dieser Aspekt ist für die Work-Life-Balance von Bedeutung.

„WIR VERSUCHEN DIE MÖGLICHKEIT EINES EHRENAMTLICHEN ENGAGEMENTS UND FAMILIENZEIT ZU UNTERSTÜTZEN"





### Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Im Wildbad stehen den Mitarbeitenden Voll- und Teilzeitmodelle zur Verfügung. Je nach betrieblichen Möglichkeiten und Anforderungen gehen wir auf den persönlichen Bedarf ein. Saisonkräfte sind im Wildbad mit einer Jahresarbeitszeit angestellt. Sie haben den gleichen Arbeitsvertrag wie die anderen Mitarbeitenden. Homeoffice ist partiell möglich. Im Wildbad sind auch ehrenamtlich Mitarbeitende integriert. So z.B. bei der Gestaltung des zwei Mal im Jahr stattfindenden geistlichen Wochenende Cursillo, beim Forum Weltanschauungen, im Beirat des Wildbads und auch im Kuratorium „art residency wildbad".

| Verdienst und Gehaltsspreizung | |
|---|---|
| Vollzeit Wildbad (in Wochenstunden) | 40 |
| Durchschnittliche Wochenarbeitsstunden | 28,29 |
| Mindestverdienst | E2-2 (38.409 € / Jahr) |
| Höchstverdienst | A14a (104.731 € / Jahr) |
| Durchschnittsverdienst: (inkl. Teilzeitkräfte) | 36.269 € / Jahr |
| geleistete Überstunden (in Stunden) | 547,5 Rezeption,<br>270 Hauswirtschaft + Hausmeister<br>162 Küche |
| Brutto/Stunde | 23,78 € |
| Gehaltsspreizung | 2,77 |

Im Frühjahr des Folgejahres werden diese meist abgebaut!

### C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Das Wildbad kann bestätigen, dass keine feindlichen Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

# C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Seit vielen Jahren ist die Arbeit am Bewusstsein und an ökologischen Handlungsweisen der Mitarbeitenden in die Arbeitsprozesse des Wildbads integriert. Der Diskurs darüber ist von der Leitung gewünscht und wird bewusst gefördert. Entsprechend unserer Einkaufsrichtlinien entscheiden wir uns nach Möglichkeit für ökologisch gut verträgliche Produkte, die regional, saisonal und möglichst zertifiziert sind. Dadurch geben wir indirekt auch Impulse für das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden in deren Privatleben.

Ökologisches und nachhaltiges Verhalten entspricht der grundlegenden Geisteshaltung im Wildbad. Das zeigt sich weiter darin, dass sich die Mitarbeitenden bei EMAS und EMASplus engagieren. Durch die kontinuierliche Arbeit sind den Mitarbeitenden sehr viele Informationen zum ökologisch-nachhaltigen Handeln zugänglich und präsent. Es gibt Informationsveranstaltungen. Darüber hinaus gibt es im Haus schriftliche Hinweise, die an ein nachhaltiges ökologisches Handeln erinnern.

### Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz?

Die Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, Speisen, die während der Geschäftszeiten nicht verzehrt wurden, mit nach Hause zu nehmen. Dadurch leistet das Wildbad einen aktiven Beitrag zur Vermeidung von Lebensmittelverderb und -verschwendung, und die Mitarbeitenden partizipieren von den Grundsätzen der Küchenphilosophie des Hauses.
Ca. 10 % des im Wildbad gereichten Essens ist in 2019 aus ökologischer Herkunft (Tendenz steigend), besonderes Augenmerk legen wir auf regionale und nachhaltig produzierte Produkte. Dieses Prinzip ist ausführlich in der Küchenphilosophie unseres Hauses verankert.

### Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

Notwendige Dienstreisen werden nach Möglichkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln unternommen.
Die meisten Mitarbeitenden unseres Hauses leben im ländlichen Raum mit einer nur unzureichenden Anbindung an den öffentlichen Nahverskehr. Daher ist ein großer Teil der Mitarbeitenden für den Arbeitsweg zum Wildbad auf die Nutzung des eigenen Pkw angewiesen. Um die Zahl der PKW-Fahrten zum Arbeitsplatz so gering wie möglich zu halten, haben Mitarbeitende schon aus ihrer persönlichen Haltung heraus Fahrgemeinschaften gebildet. Damit das möglich ist, wird der Dienstplan für die betroffenen MA entsprechend gestaltet. Andere kommen zu Fuß oder mit dem Fahrrad.

- Es soll geprüft werden ob und inwieweit das Laden von E-Bikes/E-Autos für Mitarbeitende kostenfrei sein kann. Das Wildbad könnte Mittler für gute Konditionen von alternativen Verkehrsmittel werden (Öffis, Fahrräder).
- Mitbestellung von Bio-/regionalen/Fairtrade-Lebensmitteln.





| Anreise zum Arbeitsplatz (Verkehrsmittel) | Anzahl der Mitarbeitenden |
|---|---|
| Auto | 30 |
| Fahrrad | 5 |
| Zu Fuß | 2 |

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

Wir können bestätigen, dass wir die Verschwendung von Ressourcen und unökologisches Verhalten nicht fördern und auch nicht dulden.

# C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

### Wie leben wir Transparenz und Partizipation in unserem Unternehmen?

Transparenz und Partizipation haben in unserer Einrichtung einen hohen Stellenwert und sind neben Respekt, Ehrlichkeit, Achtsamkeit und Verantwortung wesentliche Eckpfeiler unseres Leitbildes. Die Bedeutung der Mitverantwortung des Einzelnen zeigt sich auch in der Frage der Partizipation der Mitarbeitenden im Wildbad. Dies spiegelt sich in den Arbeitsabläufen wider, die grundsätzlich in regelmäßigen Dienstbesprechungen mit allen Beteiligten der Abteilungen besprochen und geregelt werden.

DIE MAV STEHT FÜR DIE BELANGE DER MITARBEITENDEN EIN

Die Mitarbeitendenvertretung (MAV) ist Bestandteil der Struktur des Unternehmens Wildbad. Es gibt regelmäßige gemeinsame Sitzungen von Hausleitung und MAV, bei denen grundlegende Fragen für die Zusammenarbeit der Mitarbeitenden und die Rahmenbedingungen der Arbeit besprochen werden.

Die MAV nimmt zur besseren Wahrnehmung ihrer Aufgaben regelmäßig an Fortbildungen teil und trifft sich turnusmäßig und eigenständig zu Sitzungen. Außerdem gibt es regelmäßige gemeinsame Sitzungen von Hausleitung und MAV, in denen aktuelle Themen erörtert werden. Die MAV ist in den Prozess von Neueinstellungen einbezogen.

Darüber hinaus gibt es die Arbeitsgruppe EMASplus. Hier werden gemeinsame Konzepte erarbeitet und auch regelmäßig Anregungen von Mitarbeitenden, z.B. im Bereich Umweltmanagement, aufgegriffen und umgesetzt.
In regelmäßigen Abständen werden im Wildbad Mitarbeitendenversammlungen abgehalten. Hier informiert die Hausleitung/ Betriebsleitung über wesentliche Vorgänge im Haus (z.B. Umsatz, Belegung des Hauses und geplante Investitionen), stellt Zukunftsoptionen vor und legt die finanzielle Entwicklung des Hauses offen. Mitarbeitende haben in diesem Rahmen die Möglichkeit für Rückfragen und Austausch.

In den einzelnen Abteilungen des Hauses wie auf der Leitungsebene werden regelmäßige Dienstbesprechungen durchgeführt, in denen die Mitarbeitenden Anregungen und ihr Feedback in die Diskussion einzubringen. Gleichzeitig besteht hier eine Möglichkeit, offene Fragen gemeinsam zu diskutieren und zu klären. Damit können konflikthaltige Themen frühzeitig angesprochen, besprochen und in einen Lösungsprozess überführt werden, an dem betroffene Personen beteiligt sind.

Wichtige Informationen, die die Mitarbeitenden betreffen, sind auch innerhalb des Hauses über das Schwarze Brett zugänglich. Hier wird zum einen über wichtige Termine informiert, zum anderen werden hier von Mitarbeitenden Angebote des informellen Miteinanders – z. B. gemeinsame Malkurse, Yoga- oder Qui Gong-Kurse - kommuniziert, die von Seiten des Betriebes gefördert werden. Da die Mitarbeitenden während ihres Arbeitstages regelmäßig am zentral platzierten Schwarzen Brett vorbeikommen, werden hier auch kurzfristig relevante Informationen weitergegeben, die für den Tagesablauf wichtig sind.

Außerdem haben alle Mitarbeitenden Zugang zum Intranet der Evangelisch-Lutherischen Landeskirche in Bayern.

### Welche wesentlichen/kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?

Die Gewinn- und Verlustrechnungen, wie auch die wesentlichen Kennzahlen des Betriebs werden den Mitarbeitenden regelmäßig in den Mitarbeiterversammlungen vorgestellt. Weiterhin kennen die Mitarbeitenden die Zahl der Gesamtmitarbeitenden im Betrieb sowie die Zahl der Teilzeit- und Vollzeitstellen. Der Nachhaltigkeits- und Umweltbericht liegt den Mitarbeitenden offen vor.
Der Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten liegt somit zwischen 70 und 80 %. Aus Datenschutzgründen sind die Personalakten nicht offen zugänglich.

Kein Zugriff erfolgt auf folgende Punkte:

- Protokolle der Leitungsgremien
- Bewerbungsunterlagen nur Zugriff durch MAV
- Persönliche Gehaltszahlen

### Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?

Die Leitung und die stellvertretende Leitung des Wildbads werden von der ELKB über die vorgesetzte Abteilung über ein Besetzungsgremium besetzt.

Die Führungskräfte, bei einer Gesamtzahl von 38 sind dies 2 Mitarbeitende, werden zentral von der Landeskirche evaluiert, besetzt und unter Umständen abgesetzt. 3 Abteilungsleitende wurden über Anhörung/Mitwirkung der eigenen Mitarbeitenden und durch Mitwirkung der MAV legitimiert. Das sind 60 % der Führungskräfte.
Die mittlere Ebene der Abteilungsleitenden wird durch Ausschreibung besetzt. Die wird MAV in den Prozess der Ausschreibung einbezogen und kann schwerwiegende Bedenken geltend machen. Vor Inkrafttreten eines Arbeitsvertrages bestätigt die MAV die Einstellung, in dem sie deutlich macht, dass sie keine Einwände erhebt.

Eine Evaluation der Führungskräfte durch Mitarbeitende geschieht im Rahmen der Feedbackkultur im Haus, d. h. Mitarbeitende können konkrete Rückmeldungen geben. Die Evaluation der mittleren Ebene der Führungskräfte geschieht im direkten Kontakt mit der Leitung des Hauses. Dazu gibt es unter anderem das Jahresgespräch oder persönliche Gespräche durch die Vereinbarung eines Termins. Für das Jahresgespräch gibt es als Hilfsmittel ein Formular, in dem das Procedere beschrieben ist.

Die Leitung und stellvertretende Leitung des Hauses trifft sich in der Regel einmal im Jahr zu einem Evaluationsgespräch mit VertreterInnen der vorgesetzten Abteilung und der Abteilungsleitenden Person (Oberkirchenrat). Hier werden die grundlegenden Fragen der Arbeit und der Zukunftsplanung besprochen. Es gibt allerdings auch regelmäßig Berichterstattung über die Arbeitsabläufe und Ausrichtung der Einrichtung gegenüber der vorgesetzten Abteilung.

### Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?

Bei den Mitarbeitendenversammlungen wie auch in den Dienstbesprechungen bringen die Mitarbeitenden ihre Anliegen und Anregungen mit ein. Diese werden, soweit das möglich ist, gerne aufgegriffen. Es hat sich gezeigt, dass z.B. in den Bereichen, in denen sich die Mitarbeitenden aktiv mit einbringen, wie z.B. im EMASplus-Team, eine hohe Motivation vorliegt und wesentliche Impulse in den Prozess eingebracht werden. Wir haben festgestellt, dass die Motivation der einzelnen Mitarbeitenden und das Bewusstsein für die gegenseitige Verantwortung dort steigt, wo sie innerhalb kleiner Arbeitsteams über die Arbeitsabläufe selbst entscheiden können.

Die Mitarbeitenden haben grundsätzlich das Recht, das Gespräch mit den Abteilungsleitenden oder der Leitung des Hauses zu suchen und dort ihre Anliegen einzubringen.

### C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrats

Wir können bestätigen, dass keine Verhinderung von Betriebsrat/Mitarbeitenden-Vertretung vorliegt.

# D KundInnen & Mitunternehmen

## D1 Ethische Kundenbeziehung

Grundlage unserer Werte und Prinzipien und der daraus resultierenden Gestaltung unserer Kundenbeziehungen ist unser Leitbild, in dem wir uns zu Achtsamkeit, Integrität, Gerechtigkeit, Transparenz, Bürgerschaft, Ehrlichkeit, Respekt und Glauben verpflichten.

### Wie werden neue KundInnen gewonnen und wie StammkundInnen betreut?

Grundsätzlich speist sich unser Kundenstamm aus kirchlichen Tagungsgästen, Teilnehmern an Haustagungen, nicht-kirchlichen Veranstaltern und privaten Gästen.
Wir unterscheiden zwischen Stamm- und Neukunden, wobei wir einen sehr hohen Anteil an Stammkunden haben.

Unseren Stammkunden werden zu Beginn jedes Kalenderjahres Termine für die wiederkehrenden Veranstaltungen im Wildbad angeboten. Dies geschieht durch persönliche Akquise per Mail oder Telefon. Teilnehmer an Tagungen, die wiederholt bei Veranstaltungen des Hauses zu Gast sind, erhalten das Jahresprogramm per Mail oder Post zugeschickt, werden z.T. persönlich eingeladen oder erfahren durch Mund-zu-Mund-Propaganda von geplanten Veranstaltungen. Auch auf der Homepage des Wildbads werden regelmäßig alle Veranstaltungstermine des Hauses – sowohl Tagungen als auch Kulturveranstaltungen – veröffentlicht.

Durch Anzeigen in regionalen und überregionalen Printmedien (z. B. Tageszeitungen, kirchlichen Medien, Kunst- und Kulturmagazinen), die in der Regel durch eine intensive Pressearbeit begleitet werden, informieren wir nicht nur unsere Stammkunden, sondern gewinnen auch regelmäßig zahlreiche Neukunden.

Außerdem sind wir in den Sozialen Medien, hier besonders Facebook und Instagram, aktiv, um auf neue Angebote und Veranstaltungen aufmerksam zu machen. Um touristische Gäste und Firmengäste zu erreichen, nutzen wir intensiv die relevanten Online-Buchungsportale. Diese werden zentral über einen Channelmanager und unser PMS (Property Managementsystem) gesteuert.

Gäste aus dem kirchlichen Bereich erreichen wir in erster Linie durch Mailingaktionen, Auslegen von Flyern in den Gemeinden und Dekanaten, Aushänge in Schaukästen der Kirchengemeinden und in der Stadt, durch Presseberichte in den kirchlichen Medien und durch persönliche Kontakte. Auch unsere zahlreichen Kooperationspartner unterstützen uns bei der Gewinnung von Neukunden und der Bindung von Stammkunden.

### Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kundennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

Das Wildbad ist ein besonderer Ort der allen Menschen zugänglich sein soll. Wir möchten allen Menschen die Gelegenheit bieten, bei uns zu tagen. Um dies zu ermöglichen haben wir Sonderkonditionen für bestimme Gruppen wie z.B. Schüler-/Studenten-/FSJ-Gruppen, Seelsorge, Chöre, Arrangements für Gäste mit kleinem Budget usw. usf.. Unsere Hauptzielgruppe sehen wir im kirchlichen Bereich, um dies zu ermöglichen erhalten wir ein Budget von Abteilung C im Landeskirchenamt.

Grundsätzlich können all unsere Angebote individuell auf die Bedürfnisse jedes Gastes zugeschnitten werden und durch die persönliche Betreuung unserer Gäste können wir kurzfristig und flexibel auf Sonderwünsche (Allergien und Lebensmittelunverträglichkeiten, vegan/vegetarisches Essen, Kindergerichte usw.) eingehen.





### Welche KundInnen-Gruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen?

Wir sehen uns auch Senioren und Seniorinnen verpflichtet und halten mit dem Seniorenfrühstück oder dem Seniorenkino spezielle Angebote für diese Zielgruppe bereit, die in Zusammenarbeit mit dem Seniorenbeirat der Stadt Rothenburg organisiert und durchgeführt werden.

Auch für Pilger bieten wir attraktive Sonderpreise an und machen damit eine Übernachtung in unserem Haus zu einem erschwinglichen Preis möglich.

Um Menschen mit körperlichen Einschränkungen den Zugang zu unseren Veranstaltungen und Angeboten zu ermöglichen, ermöglichen wir trotz der Hanglage des Hauses und der zahlreichen Treppen einen barrierefreien Zugang, teilweise werden auch Fahr- und Abholdienste organisiert.

### Übersicht der Budgets im Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen

| Ausgaben | Angaben in Euro |
|---|---|
| Marketing/Öffentlichkeitsarbeit/Kultur (ohne Flyer und Kulturarbeit) | 19.289 |
| Vermittlungsgebühren der Buchungsportalen | 17.365 |
| Prospekte | 6.747 |
| Katalog art residency (Vollfinanzierung durch Kulturreferat ELKB) | 4.098 |

### Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in Prozent

Unsere Mitarbeiter beziehen ein festes Gehalt und erhalten keine Provisionszahlungen.

### Interne Umsatzvorgaben vonseiten des Unternehmens: ja/nein

Von Seiten der ELKB haben wir keine Umsatzvorgaben bzw. eine Umsatzuntergrenze, müssen jedoch den sich aus dem Budget ergebenen Verpflichtungen nachkommen, dies kann über eine Kostensenkung oder über Umsatzsteigerung erfolgen. Die Leitung des Hauses trifft sich mit den Abteilungsleitern um diesen Prozess gemeinsam zu gestalten. Daraus resultiert das Jahresbudget für die Abteilungsleiter.

### Umsatzanteil in Prozent des Produktportfolios, das von benachteiligten KundInnengruppen gekauft wird

Der Anteil am Umsatz, der durch benachteiligte Kundengruppen erzielt wird, lässt sich nicht exakt bestimmen, da wir Gäste nicht nach ihrer finanziellen Situation befragen, es sei denn, der Gast tritt entsprechend an uns heran. Wir möchten auch niemanden stigmatisieren. Angesichts unserer Gästestruktur gehen wir jedoch davon aus, dass wir einen hohen Anteil an benachteiligten Kundengruppen im Haus begrüßen dürfen.

### D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Wir können bestätigen, dass wir keine unethischen Werbemaßnahmen haben.

# D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

### Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?

Das Wildbad unterhält zahlreiche intensive Kooperationen mit kirchlichen und kirchennahen Einrichtungen, Universitäten und Forschungseinrichtungen sowie touristischen Anbietern und Vereinigungen. Dies sorgt nicht nur für eine umfassende Einbettung des Hauses in alle kirchlichen, regionalen und überregionalen Strukturen, sondern auch für ein vielfältiges und meinungsoffenes Angebot der Tagungsstätte.

Alle Tagungen, die vom Wildbad angeboten werden – dies betrifft sowohl eigene Formate als auch fremde Veranstaltungen - werden auf der Grundlage von Kooperationen konzipiert und durchgeführt.

Dazu gehören:

- Akademie Tutzing
- Arbeitskreis Tagung und Tourismus der Metropolregion Nürnberg
- Augustana Hochschule (Sing und Lirthurgie)
- Bayrischer Hotel- und Gaststättenverband
- Chorverband Singen in der Kirche
- Dekanate Rothenburg, Leutershausen, Neustadt-Aisch, Bad Windsheim
- Diakonie
- Evangelisches Bildungswerk Bildung zwischen Tauber und Aisch, das seinen Sitz im Wildbad hat.
- Evangelische Hochschule Nürnberg
- Friedrich-Alexander-Universität Nürnberg-Erlangen
- Gottesdienstinstitut
- „Himmlische Herbergen" und Mitarbeit im Leitungskreis und Mitglied
- Hochschule für Musik Würzburg
- Hochschule für Musik Nürnberg
- Hochschule für Musik München
- IHK
- kda (Kirchlicher Dienst in der Arbeitswelt)
- kde (Kirchliche Dienste und Einrichtungen)
- Kunstreferat der EIKB
- Pilgerherberge
- Rothenburger Tourismusservice
- Stadtführer
- Tourismusverband Liebliches Taubertal
- Tourismusverband Romantisches Franken
- Stille Erleben
- Umweltreferat der ELKB
- Weltanschauungsbeauftragter der ELKB

### In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Innerhalb der verschiedenen Netzwerke erfolgt die Hilfe und Unterstützung unbürokratisch und schnell und umfasst nicht nur den kollegialen und transparenten Informationsaustausch, sondern auch konkrete Hilfestellungen, z.B. über Erfahrungen mit Buchungssystemen, aktive Einführung in Buchungsprogramme oder den Verleih von Haus- und Tagungstechnik. Der Austausch in den oben beschriebenen Netzwerken erfolgt in aller Regel kostenfrei und ehrenamtlich.

### Wie hoch ist der investierte Zeit-/Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil)

Eine exakte Ermittlung der Zahlen ist nicht möglich, jedoch besteht ein Großteil der Arbeitszeit der Leitung daraus.

### Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards

Das Wildbad kooperiert mit der „Fairtrade" Stadt, Seniorenbeirat, Familienbeirat.

### Wie viele Arbeitskräfte/Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

St. Jakob für Weihnachtsmarkt: 1 Mitarbeiter – 1 Woche

### Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Die Rezeptionsmitarbeitenden verkaufen Produkte des Eine Welt Ladens in Kommission und Vertretung, wenn der Laden im Haus nicht von den ehrenamtlichen MitarbeiterInnen des Eine Welt Ladens betreut werden kann.

### Wie viele Aufträge wurden an Unternehmen gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

In der Sommersaison wird ein Bankett pro Monat an den Wochenenden an einen Caterer vergeben. Der Veranstalter kann einen professionellen Caterer wählen, wir behalten uns grundsätzlich ein Mitspracherecht in Hinblick auf die zu erwartende Professionalität und Qualität vor.

### Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen
### – anderer Branchen weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
### – der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Das Wildbad kann aufgrund seiner Rechtsform keine Finanzmittel weitergeben.

### D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

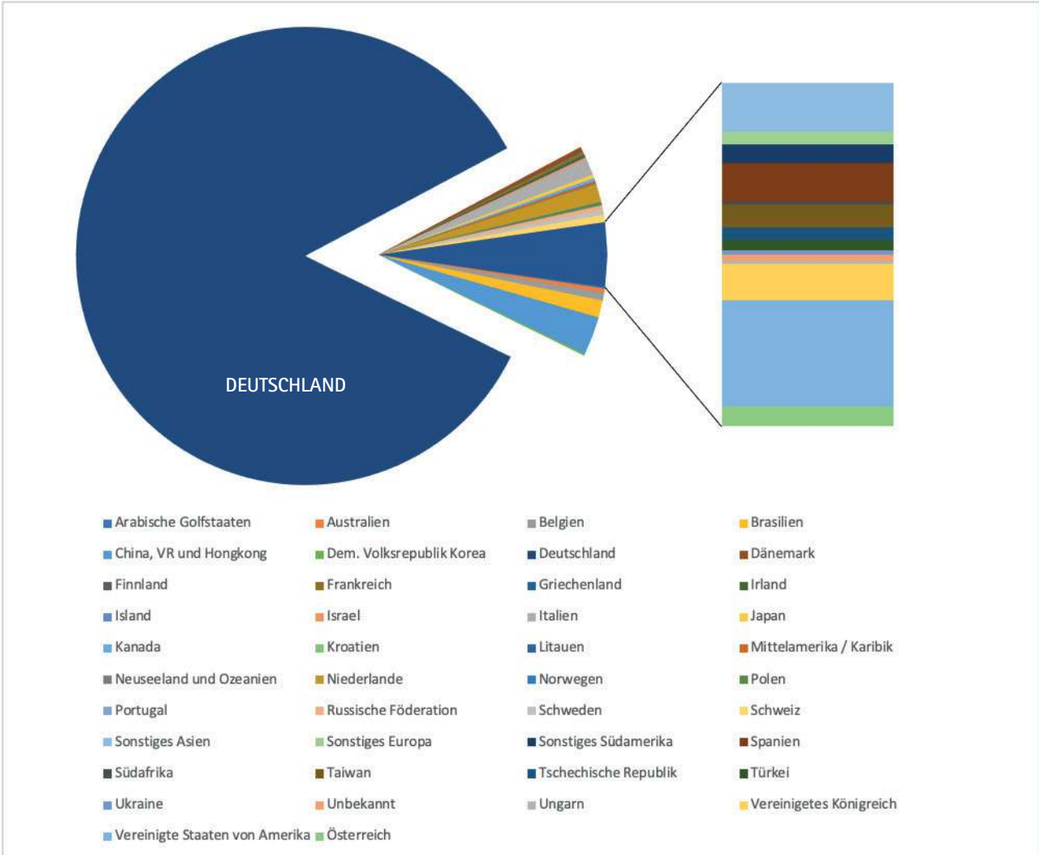
Das Unternehmen kann bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird.

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

### Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?

Der überwiegende Anteil (94,5 %) unserer Gäste reist mit dem eigenen PKW, öffentlichen Verkehrsmitteln, Fahrgemeinschaften und Bussen an, nur ein kleiner Anteil mit dem Flugzeug. Dabei wird ein $CO_2$-Fußabdruck hinterlassen, auf den wir – auch wegen der Anbindung Rothenburgs an den Schienenverkehr – nur wenig Einfluss nehmen können. Das beigefügte Diagramm macht deutlich, dass der überwiegende Teil (85 %) unserer Gäste aus Deutschland kommt, dicht gefolgt von europäischen Ländern.

**Übersicht – Anreise mit dem Flugzeug 2019:**




Für diese Übersicht wurden nur die Übernachtungsgäste aus unserer Länderstatistik berücksichtigt. Die Tagesgäste, die zu einer Tagung/Konzert/Bankettveranstaltung kommen, sind in dieser Übersicht nicht erfasst. Darüber hinaus haben





die Zimmerreinigung und der Handtuchwechsel sowie der Betrieb der Haus-PCs an der Rezeption und der daraus resultierende Stromverbrauch Einfluss auf die $CO_2$-Bilanz unseres Hauses. Insgesamt verursacht das Wildbad im Vergleich zu anderen Häusern keine größeren ökologischen Auswirkungen.

### Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?

Die $CO_2$-Bilanz des Wildbads ist Gegenstand des EMAS-Berichts, der als Anlage anliegt. Hier wird deutlich, dass das Wildbad sowohl im Einkauf und im Vertrieb als auch im Betrieb des Hauses, der Arbeitsorganisation und in der Küche zahlreiche Maßnahmen, um die $CO_2$-Bilanz des Hauses weiter zu optimieren.

### Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?

Grundsätzlich verzichten wir im Wildbad auf eine Luxusausstattung, wir bieten auch keine Zimmer dieser Kategorie an. Alle Gästezimmer bieten einen etwa vergleichbaren Standard und damit alle Annehmlichkeiten eines modernen Hotels.

Das Wildbad ist an die Nahwärme angeschlossen und bezieht daher günstige und ökologisch-optimierte Heizenergie. Gästezimmer des Hauses werden bei Belegung nicht grundsätzlich täglich gereinigt, auf Wunsch des Gastes ist dies jedoch möglich. In unseren Zimmern wurde bewusst auf TV-Geräte und eine Minibar verzichtet. Damit folgen wir nicht nur dem Prinzip, ein Haus der Stille und Entschleunigung zu sein und die Begegnung unserer Gäste, z. B. im Etagenwohnzimmer zu fördern, sondern wir sparen damit auch Strom. Im gesamten Haus werden Energiesparlampen verwendet. Wir bieten Getränke ausschließlich in Glasflaschen (Mehrweg) an, Strohhalme sind aus biologisch-abbaubaren Materialien. Wir verzichten auf Plastikverpackungen und bieten Buffetangebote, Marmeladen, kleine Salate oder Picknicks in Glasbehältnissen an. Ein Hausmeister-Team sorgt dafür, dass beschädigte Gegenstände repariert und nicht sofort durch neue ersetzt werden. Ein Gärtner sorgt dafür, dass der umliegende Park nach ökologischen Gesichtspunkten, möglichst ohne den Einsatz von Pestiziden oder sonstigen chemischen Produkten, gepflegt und unterhalten wird.

### Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

Wir informieren unsere Gäste vorab über die günstigste Art der Anreise und weisen - vor allem bei Gruppen - auf die Anreise mit der Bahn oder den ÖPNV hin. Bei Haustagungen und anderen Veranstaltungen werden ebenfalls im Vorfeld alle Wünsche bezüglich Raumausstattung und Technik besprochen. Um Lebensmittelverderb zu vermeiden, werden individuelle Essenswünsche ebenfalls vorab aufgenommen und mit der Küche des Hauses koordiniert. Je nach Bedarf können unsere Gäste das Getränke- und Snackangebot in den Gemeinschaftsräumen des Hauses nutzen, das Snackangebot in den Feierabendräumen besteht ausschließlich aus fair produzierten Produkten. Alle Getränke werden in Deutschland abgefüllt und produziert, Biere und Weine sind aus der Region.

### Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit KundInnen gefördert?

Unsere Mitarbeiter werden bei einer Zertifizierung aktiv in den Prozess eingebunden, um den Kunden/Gast unser Handeln überzeugend und transparent erläutern zu können.

### D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt.

# D4 KundInnen-Mitwirkung und Produkttransparenz

### Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden KundInnen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?

In unseren Zimmern liegen Gästefragebogen aus, in denen die Gäste ihren Aufenthalt bewerten und Anregungen und Kritik einbringen können. Auch für die einzelnen Haustagungen liegen entsprechend Fragebögen aus, die neben der Bewertung des Hauses auch eine Bewertung der Veranstaltung (Organisation, Durchführung, Ambiente usw.) ermöglicht.

Auch beim Auschecken erfragen die Mitarbeiter der Rezeption im direkten Gespräch, ob unsere Gäste mit ihrem Aufenthalt im Wildbad zufrieden sind.

### Werden Impulse von KundInnen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?

Die Gästefragebögen werden regelmäßig ausgewertet, die Ergebnisse erfasst und im Team besprochen. Anregungen und Kritik werden sehr ernst genommen und nach Möglichkeit umsetzt (z. B. Biergarten, Sonntagscafé). Wichtig sind für uns ebenfalls Gästebewertungen in den Buchungsportalen. Diese erfolgen oft mit persönlichen Kommentaren, die wir regelmäßig auswerten. Auf den Portalen wird individuell auf jede Bewertung reagiert.

### Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?

Das Leitbild unseres Hauses ist auf der Homepage ausgewiesen und jederzeit einsehbar. Auch der Nachhaltigkeitsbericht kann von unseren Gästen eingesehen werden.

In unseren Menüplanen weisen wir grundsätzlich die Inhaltsstoffe und Allergene aus, darüber hinaus liegt ein Ordner, in dem Allergene aufgelistet und erläutert sind, im Speisesaal aus.

### Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von KundInnen entstanden sind

Wir fördern den aktiven Dialog mit verschiedenen Formaten, z.B. eine Woche nach Hildegard von Bingen mit einem ganzheitlichen Ansatz nach dem Prinzip der Christlichen Lebenskunst, dem Sundowner Festival und der Kooperation mit dem Seniorenbeirat.

### Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes)

Wir können diese Frage nicht im Detail beantworten, in vielen Produkten die wir einkaufen sind Inhaltsstoffe ausgewiesen, diese müssen jedoch nicht dem Gast ausgewiesen werden, wie z.B. Reinigungsmittel, Möbelstücke, Zeitungen. Allergene in den zubereiteten Essen werden wie vorgeschrieben ausgewiesen, Getränke sind durch den Aufdruck der Inhaltstoffe nachvollziehbar.

### Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes)

Es gibt im Wildbad keine „versteckten" Preise. Unsere Preisstruktur wird öffentlich auf der Homepage und im direkten Gespräch mit den Gästen kommuniziert.





### D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Das Wildbad kann bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die KundInnen und Umwelt belasten, und dass bei zweckmäßiger Anwendung auch keine schädlichen Nebenwirkungen entstehen.

# E Gesellschaftliches Umfeld

## E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Das Wildbad Rothenburg ist ein besonderer Ort, der etwas mit den Menschen „macht". Zwischen 1894 und 1903 hat Friedrich Hessing, charismatischer Laienorthopäde und Begründer der Bad Gögginger Hessing-Klinik, hier seinen Traum von einer schlossartigen Kurklinik mit hohen Giebeldächern, dutzenden Türmchen, Balkonen, Terrassen und romantischen Erkern verwirklicht.

Schon Hessing war der Meinung, dass es für die Genesung eines Menschen mehr braucht als Medizin allein. Musik, Theater, Tanz, gutes Essen, Natur und frische Luft gehörten für ihn untrennbar dazu. So ließ er einen sechs Hektar großen, terrassenförmigen Park anlegen und hunderte Bäume aus dem nahegelegenen Rothenburger Stadtwald in den Wildbad-Park verpflanzen. Eine romantische Arkadenhalle, ein Brunnen und malerische Sichtachsen entstanden, sogar eine Kegelbahn wurde gebaut. Im prachtvollen Rokokosaal mit seinen bemalten Fenstern und seiner Stuckdecke fanden Konzerte, Matineen und festliche Galadiner statt. Im Theatersaal mit Säulengang und Bühne sorgten stimmungsvolle Inszenierungen für Begeisterung. Seit den 1980er Jahren ist das Haus im Besitz der Evangelisch-Lutherischen Landeskirche Bayern und hat sich weit über die Region hinaus einen Namen als Kultur- und Tagungsstätte gemacht.

**Welche der neuen Grundbedürfnisse erfüllen unsere Produkte und Dienstleistungen ?**

Als Tagungsstätte mit Hotelbetrieb bedient das Wildbad nicht nur die grundlegenden menschlichen Bedürfnisse der Gäste, insebesondere die Grundbedürfnisse, sowie die Sozialbedürfnisse sowie Selbstverwirklichung (nach Maslow)

In Bezug auf die UN-Entwicklungsziele (SDGs) heißt das:

### Armut beenden

Entsprechend der Einkaufslinien des Wildbads werden nach Möglichkeit ausschließlich regional produzierte Waren oder Bio- oder Fair-Trade-Produkte eingekauft und verwendet. Damit leistet das Haus den für Konsumenten möglichen Beitrag zu fairen Bedingungen und Löhnen in den Erzeugerländern. Im Zuge von umfangreichen Lieferantenbefragungen wurden ethische, klima- und ressourcenschonende Produktions-/Herstellungsverfahren und Arbeitsbedingungen erfragt. Im Wildbad Beschäftigte werden über dem Mindestlohn entlohnt, die „kleinste" Eingruppierung ist E2-2 (siehe dazu auch Kapitel C)





Im Wildbad ist außerdem ein Weltladen ansässig, in dem Gäste und Besucher fair produzierte Waren kaufen können.

### Ernährung sichern & gesundes Leben für alle

Durch die Verwendung von fair produzierten Waren nimmt das Wildbad eine Vorbildwirkung wahr und sensibilisiert die Gäste des Hauses für das Thema. Durch den konsequenten Einsatz von Bioprodukten und einen regionalen und saisonalen Einkauf leisten wir unseren Beitrag zu einer nachhaltigen regionalen Landwirtschaft. Durch den Verzicht auf Convenience-Produkte und täglich frisch gekochte Mahlzeiten bieten wir unseren Gästen ein schmackhaftes, hochqualitatives Essen, das durch den Einsatz von Heilkräutern und Gewürzen nach Hildegard von Bingen auch zu Gesundheit und Wohlbefinden beiträgt.

### Bildung für alle

Das Wildbad bietet eine außerordentliche Bandbreite niederschwelliger Kulturangebote für alle Alters-, Berufs- und Bevölkerungsgruppen. Durch Angebote wie Konzerte, Ausstellungen, Tage des offenen Ateliers, Kunst-Tage, Park- und Hausführungen, Tagungen, Seminare, Workshops, Kamingespräche stehen Rothenburgern und Gästen vielseitige Bildungsangebote zur Verfügung. Dabei wird Kunst und Kultur nicht nur rezipiert, sondern versteht sich als aktives Mitmach-Angebot und Podium für einen offenen Dialog über alle gesellschaftlichen Schichten hinweg.

### Nachhaltiges Wirtschaftswachstum und menschenwürdige Arbeit

ja, siehe Einkaufsrichtlinien des Wildbads, siehe Kapitel A und D (Infos kda, WS, Forum Kirche-Wirtschaft-Arbeitswelt).

### Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

Ja, das Wildbad ist ein Ort der Begegnung und des offenen Austauschs von Menschen unterschiedlicher Bevölkerungs- und Berufsgruppen und unterschiedlicher Konfessionen.

### Erfüllte Bedürfnisse:

a. Gesundheit, Wohlbefinden, Lebenserhalt: Totale Basis?
b. Schutz und Sicherheit,
c. Zuneigung und Liebe,
d. Verstehen und Einfühlen,
e. Teilnehmen und Geborgenheit,
f. Muse und Erholung,
g. Kreativität,
h. Identität und Sinn,
i. Freiheit und Autonomie.

**Die Bedürfnisse in „Umsatzzahlen“:**

Angebote, die die Grundbedürfnisse decken wie essen, schlafen, trinken
(ohne Luxus Essen + Getränke + Raummiete): 84 %

Statussymbol/Luxus Banketts
(Essen und Trinken, Sonstiges Bankett), sowie Raummieten inkl. Tagungsräume: 16 %

Dienen der Entwicklung der Menschen 81 %
(Nach Umsatz & Gästezahl von: Seminaren, Tagungen):

| Source Code | Verkaufte Zimmer |
|---|---|
| Firmen - z.B. Tagungen | 1.089 |
| Kirchennah (kirchliche Vereine): z.B. Chöre, Klausuren u.ä. | 2.473 |
| Kirche, Seelsorge, Seminare | 4.530 |
| Öffentl. Dienst<br>Jugendamt, Stadt, etc., Fort- und Weiterbildungen | 1.729 |
| Intern z.B. Hildegard v. Bingen, Cursillo, Weltanschaungen,<br>Kirche - Wirtschaft - Arbeitswelt sofern nicht unter: Kirche, Seelsorge, Seminare | 313 |
| Prozentual vom Wert | 10.134 = 81 %<br>(der gesamt verkauften Zimmer) |

Anhand der sog. Source Codes (wie kommt der Gast zu uns: Quelle) können wir nachvollziehen aus welchem Grund die Gäste zu uns kommen. Die fehlenden 19 % setzen sich aus reinen Tagungsangeboten von Firmen, Familienfeiern und touristischen Angeboten zusammen, diese haben wir für die Grundbedürfnisse der persönlichen Weiterentwicklung hier nicht berücksichtigt, da nicht klar ist welchen Inhalt diese Übernachtungen haben. Die Übersicht zeigt eine starke Tendenz, dass im Haus grundsätzlich viele inhaltliche Fragen insbesondere der persönlichen Entwicklung der Menschen behandelt werden.

**In Bezug auf die Erde/Biosphäre**

Alle Gäste, die aus dem kirchlichen Kontext kommen, sowie aus dem Bereich Bildung,
Schule, Universität, Kirchen-Nah, Haustagungen + Gäste zu Kunst und Kulturveranstaltungen: 83 %

Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:

- Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen: 100 %
- Hemmender/Pseudo-Nutzen keiner
- Negativnutzen keiner





# E2 Beitrag zum Gemeinwesen

### Welchen Beitrag leisten wir zur Sicherung des Gemeinwesens?

Umsatz: 2,356 Mio. €.

Die lohnsummenabhängigen Steuern und Sozialversicherungsbeiträge von Arbeitgeber und Beschäftigten betrugen im Geschäftsjahr 2019 insgesamt 306.358 €

Ein Überschuss aus der laufenden Geschäftstätigkeit wurde nicht erzielt. Rechnerisch würde sich daraus eine unendliche Nettoabgabenquote (Abgaben:Gewinn) ergeben. Diese Betrachtung erscheint uns jedoch auch deshalb nicht relevant, da die Geschäftstätigkeit von Wildbad generell nicht auf Gewinnerzielung aufbaut und der gesamte „betriebliche Nutzen“ des Unternehmens auf die Förderung des regionalen und weltweiten Gemeinwohls abzielt.

„Besondere geldwerte, freiwillige Leistungen“ für das Gemeinwesen wurden nicht erbracht. Jedoch fließen erhebliche Eigenmittel und unentgeltliche Leistungen in gemeinwohlorientierte Projekte

### Wie viel Ressourcen und konkrete Arbeitsleistung werden für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet?

Das Wildbad räumt allen Vertretern der evangelischen Kirche und allen kirchlichen Gruppen, die das Wildbad für ihre Tagungen, Seminare, Workshops u.ä. nutzen, stark reduzierte Preise ein.

### Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?

Nachfolgend Beispiele aus unsere Kulturarbeit, die die Nachhaltigkeit der angebotenen Formaten dokumentieren.

### Niederschwellige Kulturangebote für alle

Mit seinem breitgefächerten Angebot ist das Wildbad einer der wichtigsten Kulturträger Rothenburgs, der Region und weit darüber hinaus. 2019 fanden folgende Kulturveranstaltungen im Haus statt:

| Art der Veranstaltung | Veranstaltungen | Gäste/Veranstaltung | Gesamt |
|---|---|---|---|
| Podium junger Musiker | 3 | 150 | 450 |
| Kultur um 3 Uhr / Sonntagskonzerte | 15 | 150 | 2.250 |
| Soli Deo Gloria / Konzerte | 5 | 150 | 750 |
| Sonderführung „Mein Wildbad“ | 4 | 50 | 200 |
| Park Pittoresk Führung | 2 | 55 | 110 |
| Führung Krippenweg | 3 | 60 | 180 |
| Fränkischer Sommer | 1 | 200 | 200 |
| Café und Tanz | 1 | 30 | 30 |
| Schwarz-Weiß-Ball | 1 | 132 | 132 |
| Dinnerkonzert | 1 | 80 | 80 |
| Sonntagscafé | 28 | 130 | 3.640 |
| Sundowner Festival | 1 | 750 | 750 |
| Frauenfrühstück | 2 | 210 | 420 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Seniorenkino | 3 | 120 | 320 |
| Seniorenfrühstück | 3 | 80 | 240 |
| Seniorenstammtisch | 4 | 10 | 40 |
| Seniorenfasching | 1 | 140 | 140 |
| Vernissage Ulrike Mohr | 1 | 150 | 150 |
| Ausstellung Brasilien | 1 | 50 | 50 |
| Offenes Atelier | 1 | 160 | 160 |
| Kunst-Tag | 1 | 40 | 40 |
| Ganzheitlich leben mit Hildegard von Bingen | 1 | 23 | 23 |
| Spirituelle Sing- und Liturgiewoche | 1 | 28 | 28 |
| Cursillo – Dranbleiben | 1 | 31 | 31 |
| Forum Kirche – Wirtschaft –Arbeitswelt | 1 | 45 | 45 |
| Weltanschauungen im Gespräch | 1 | 80 | 80 |
| Cursillo - Macht hoch die Tür | 1 | 27 | 27 |

2019 haben insgesamt 10.326 Personen das Kulturangebot des Wildbads genutzt, d.h. rein rechnerisch war fast jeder Einwohner Rothenburgs einmal im Jahr zu einer Kulturveranstaltung im Wildbad.

Die musikalische Bandbreite der Sonntagskonzerte reicht von Klassik über Jazz zu Flamenco und Tango. Gerade klassische Musik wird extrem niederschwellig – kostenfrei, in entspannter Atmosphäre, ohne Dresscode - und für alle Bevölkerungsgruppen präsentiert.

Mit speziellen Angeboten für Frauen und Senioren erhalten auch diese Zielgruppen einen Raum für Begegnungen, Austausch, Gemeinsamkeit und kulturelle Aktivitäten.

### Auftritts- und Arbeitsmöglichkeiten für KünstlerInnen

In der Reihe „Podium junger Musiker" fanden 2019 drei Konzerte im Wildbad statt, die Studenten der Musikhochschulen Nürnberg, München und Würzburg erste Auftrittsmöglichkeiten vor großem Publikum boten. Diese Konzertreihe ist regional einmalig und findet beim Publikum hervorragende Resonanz.

### Begegnung mit Bildender Kunst – das Projekt „art residency wildbad"

Beim 2017 initiierten Projekt „art residency wildbad" werden nationale oder internationale Künstler dazu eingeladen, zeitweise im Wildbad zu leben und zu arbeiten. Die in diesem Zeitraum entstehenden skulpturalen Kunstwerke verbleiben anschließend im Wildbad, werden im Park ausgestellt und sind jederzeit kostenfrei für Besucher zugänglich.

Die direkte Beschäftigung mit Kunstwerken, die Begegnung mit internationalen Kunstschaffenden unterschiedlichster Richtungen und kultureller Hintergründe befördert nicht nur den offenen und lebendigen Dialog einer pluralen Gesellschaft, sondern ist ein wichtiger Beitrag für die intensive Verankerung von Kunst und Kultur im Leben aller.

Im Rahmen von „art residency" stellt das Wildbad u.a. Kost und Logis, Infrastruktur, Betreuung für die Künstler und schafft alle Voraussetzungen für ein ungestörtes Arbeiten. Der Aufenthalt der Künstler wird durch eine intensive Pressearbeit durch das Wildbad begleitet, mehrmals im Jahr finden Tage des offenen Ateliers statt. Hier können Interessenten und Gäste in persönlichen Austausch mit den Künstlern treten und sich teilweise direkt in die Entstehung des Kunstwerks einbringen.

2019 hat die brasilianische Künstlerin Laura Belém in Zusammenarbeit mit der renommierten Lyrikerin Nora Gomringer das Kunstwerk „The [...] Element" geschaffen, das im Rahmen eines öffentlichen Kunst-Tages am 9. Juni 2019 an das





Wildbad übergeben wurde. Seither ist das Kunstwerk jederzeit kostenfrei für die Öffentlichkeit zugänglich.

### Wildbadpark als Naherholungsgebiet

Das Wildbad ist umgeben von einem 6 h großen Landschaftsgarten an der Tauber, der Anfang des 19. Jahrhunderts von Friedrich Hessing, Erbauer des Kurhotels Wildbad, angelegt wurde. Der Park bietet neben den Skulpturen des Projekts „art residency wildbad" zahlreiche Pavillons, eine Arkadenhalle, eine historische Kegelbahn und zahlreiche Bänke und Liegestühle, die zum Verweilen einladen. Die große Wiese vor dem Haus wird von Spaziergängern für Picknicks, Spiele, Familiennachmittags, Andachten u.ä. genutzt. Im Hang hinter dem Gebäude befinden sich mehrere Bienenstöcke, in denen zahlreiche Bienenvölker leben. Der eigene Wildbadhonig, der in Zusammenarbeit mit einem ortsansässigen Imker produziert wird, wird zum Kauf angeboten und in der Wildbadküche verwendet. Der Park ist Lebensraum für zahlreiche Tierarten (Eichelhäher, Specht, Eichhörnchen etc.), die von Spaziergängern beobachtet werden können.

Der komplette Unterhalt, die Pflege und sämtliche saisonale Arbeiten werden durch das Wildbad übernommen. Der Wert des Wildbadparks als attraktiver Ort der Erholung für Rothenburger und Gäste kann gar nicht hoch genug eingeschätzt werden.

### Vielfältiges Angebot an Haustagungen

Vom Wildbad angebotene Haustagungen widmen sich allen Facetten der christlichen Lebenskunst. 2019 fanden die Hildegard von Bingen-Woche, die Sing- und Liturgiewoche, der Evangelische Glaubenskurs Cursillo (Sommer und Winter) sowie jeweils eine Tagung Weltanschauungen im Gespräch und Forum Kirche – Wirtschaft – Arbeitswelt statt. Neben dem Innehalten und Zur-Ruhe-kommen steht bei diesen Tagungen und Seminaren immer auch das Gott-näher-kommen, die Suche nach dem eigenen Lebensweg, das Ankommen bei sich selbst und die innere Ruhe und Zufriedenheit im Mittelpunkt. Zahlreiche Angebote wie gemeinsames Beten und Singen, Meditation, achtsames Gehen oder Naturerleben runden die inhaltlichen Impulse ab.

Das Wildbad hat sich dank seines Angebots als Raum für die spirituelle Sinnsuche einen Namen gemacht und ist ein inspirierender Ort.

Gerade die Veranstaltungen der Tagungsreihe Weltanschauungen im Gespräch und Forum Kirche – Wirtschaft – Arbeitswelt widmen sich wichtigen ethischen Fragen unserer Gesellschaft und bieten Raum für einen offenen Dialog über konfessionelle Grenzen und Weltanschauungen hinweg.

„DAS WILDBAD HAT SICH ALS RAUM FÜR DIE SPIRITUELLE SINNSUCHE EINEN NAMEN GEMACHT UND IST EIN INSPIRIERENDER ORT."

### Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert wird?

Das Wildbad hat ein verbindliches Leitbild erarbeitet (s. auch Kapitel C). Darüber hinaus verfügt die Landeskirche über Compliance Richtlinien.

### E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Das Wildbad kann bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

### E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Wir bestätigen, dass wir keine korruptionsfördernden Praktiken betreiben und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden.

## E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Das Wildbad veröffentlicht jährlich einen Umweltbericht nach den EMAS und EMASplus Richtlinien. Diese werden öffentlich gemacht und sind jederzeit über die Webseite des Wildbades, sowie der IHK einsehbar oder können beim Wildbad angefordert werden. (siehe auch E4).

Als Haus der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern ist das Thema Nachhaltigkeit essentieller Bestandteil unseres Leitsatzes „In Verantwortung leben". Im Bezug auf nachhaltiges Handeln heißt das hier: „Wir bedenken in unserem Handeln die Konsequenzen für gegenwärtige und zukünftige Generationen." (siehe EMAS Nachhaltigkeitsbericht 2019, S. 4, Leitbild und Nachhaltigkeitsgrundsätze)

**Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?**

In den Jahren 2014-2015 wurde das Umweltmanagementsystem im Wildbad aufgebaut. Institutionell wurde nach Thema Nachhaltigkeit wie folgt im Haus verankert:

**Einrichtungsleitung**

- Mitglied der Geschäftsleitung hat Gesamtverantwortung
- Integration Umweltmanagement in die Gesamteinrichtung
- Genehmigung haushaltswirksamer, personalrelevanter Maßnahmen
- Management Review
- Stakeholderdialog & Außendarstellung

**Nachhaltigkeitsbeauftragte(r)**

- Einrichtung, Aufrechterhaltung, Weiterentwicklung des Umweltmanagementsystem
- Koordination Umweltteam
- Koordination Umweltbetriebsprüfung
- Kontrolle der Einhaltung relevanter Rechts- und Verwaltungsvorschriften
- Kontrolle und Weiterentwicklung Verbesserungsprogramm





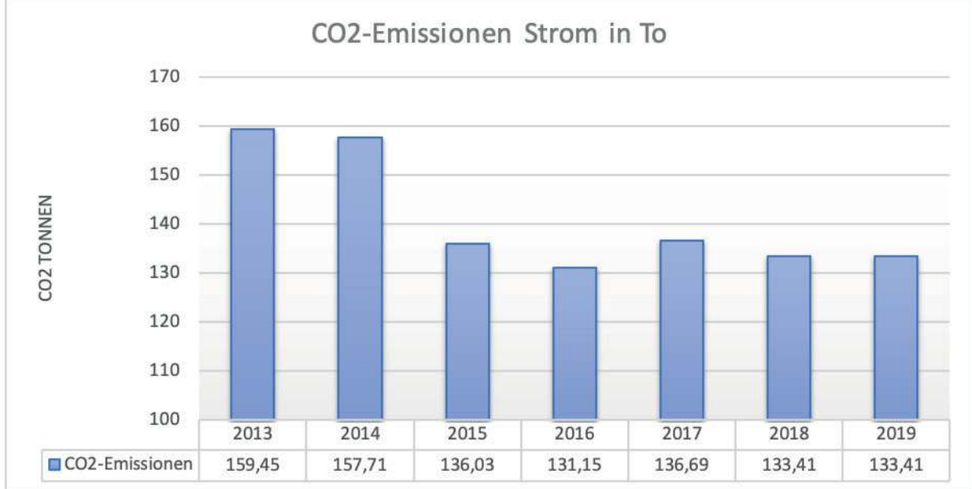
**Umweltteam Mitglieder benennen?**

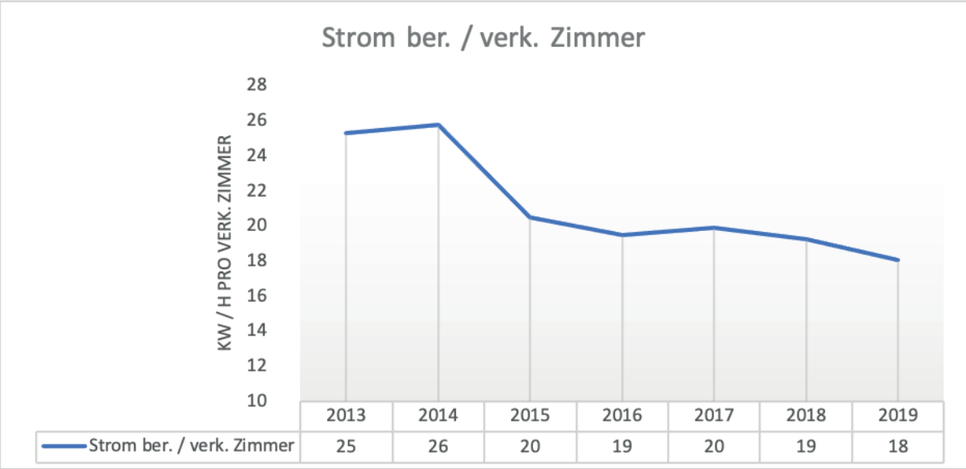
- Quantitatives und qualitatives Controlling:
  Umsetzung Umweltmanagementhandbuch
  Überwachung und Fortschreibung Umweltkennzahlen
  Überwachung und Fortschreibung Umweltprogramm
- Erstellung Umwelterklärung
- Information und Motivation der Mitarbeitenden
- Schulungen initiieren

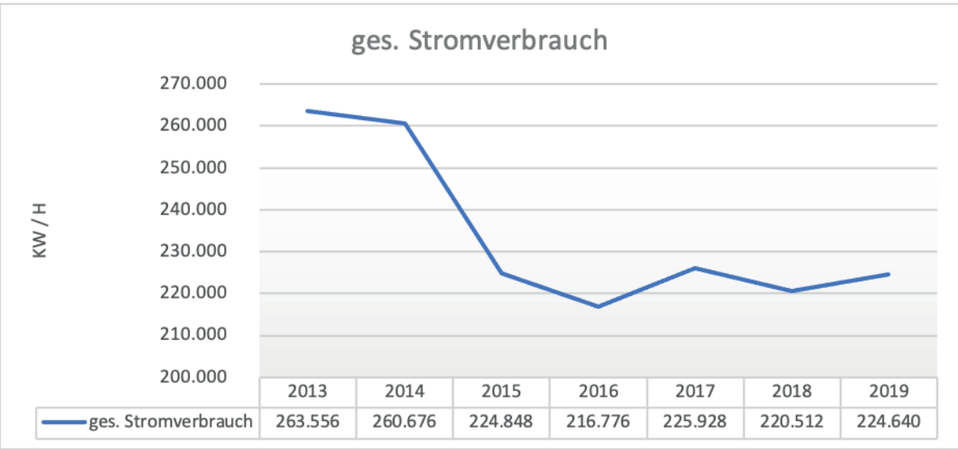
**Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?**

**Strom**

Bedingt durch den Tagungsbetrieb, die Verwaltung, die Versorgung im Haus, z. B. in der Küche, aber auch durch das Verhalten der zahlreichen Tagungsgäste liegt der Stromverbrauch auf einem relativ hohen Niveau. 2019 ist es gelungen, die $CO_2$-Emission durch den Stromverbrauch auf dem Vorjahresniveau zu stabilisieren. Der Stromverbrauch pro Gästezimmer ist um 1 KW/h gesunken. Der Gesamtstromverbrauch ist um 4.128 KW/h gestiegen.





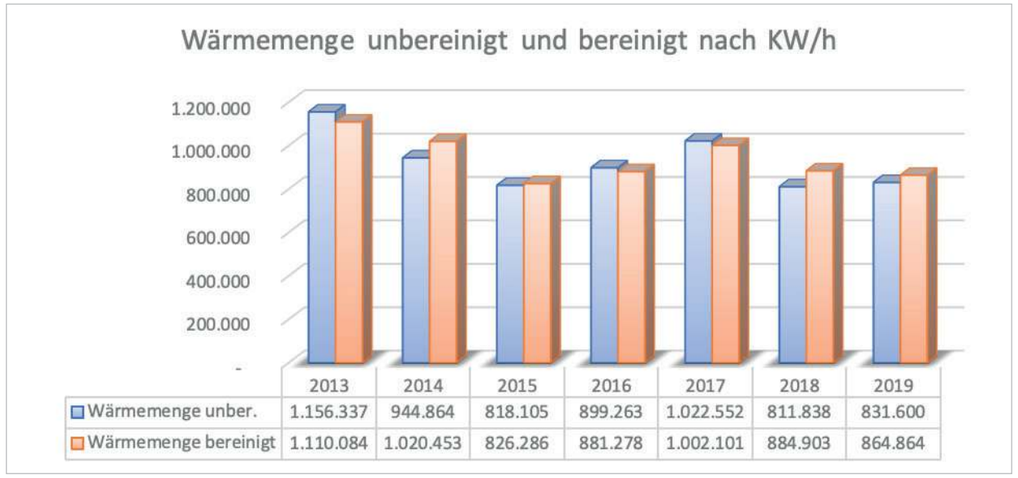

## Heizenergie

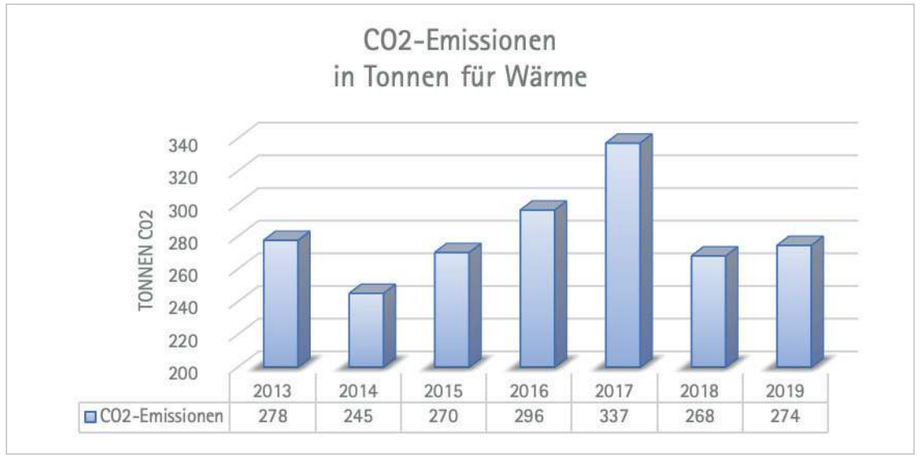
Die Tagungsstätte ist an das Fernwärmenetz der Stadt Rothenburg angeschlossen. Die verbrauchte Heizenergie und der $CO_2$-Ausstoss konnten seitdem stark reduziert werden. Der bereinigte Verbrauch von Heizenergie lag 2019 um 20.039 KW/h unter dem Vorjahresverbrauch. Die $CO_2$-Emission ist zwar im Vergleich zu 2017 um 63 t gesunken, zu 2019 jedoch wieder um 6 t gestiegen.

Der Einfluss der Witterung und des Klimas auf den Energieverbrauch wird mittels eines so genannten Klimafaktors erfasst, der sowohl die Temperaturverhältnisse während eines Berechnungszeitraumes als auch die klimatischen Verhältnisse in Deutschland berücksichtigt.
Durch die Anwendung des Klimafaktors können die Energieverbrauchskennwerte verschiedener Berechnungszeiträume und von Gebäuden in verschiedenen klimatischen Regionen Deutschlands (zumindest überschlägig) verglichen werden. (Quelle: dwd). Daraus ergeben sich die Werte der absoluten Wärmemenge (unbereinigt) und der durch den Faktor (Quelle dwd) bereinigten Werte.







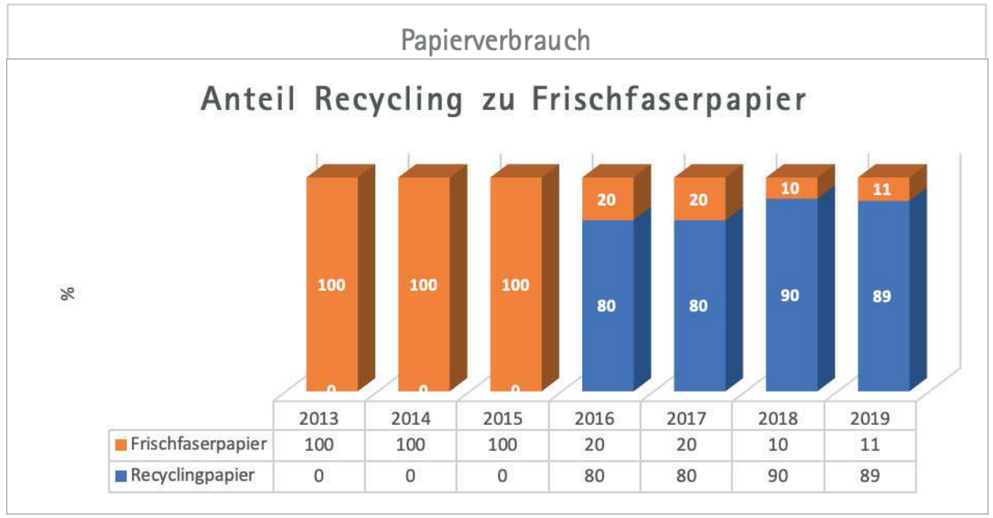




## Papierverbrauch

Im Vergleich zu 2018 ist der Papierverbrauch 2019 angestiegen: Ursachen dafür sind u.a. die gestiegene Gästezahl (Druck von Gästeinformationen, Angeboten, Verträgen, Rechnungen), das vergrößerte Angebot an Haustagungen (Druck von Flyern, Plakaten und Tagungsunterlagen) und das vergrößerte Angebot an Kulturveranstaltungen (Druck von Programmheften, Plakaten, Monatsplakaten).

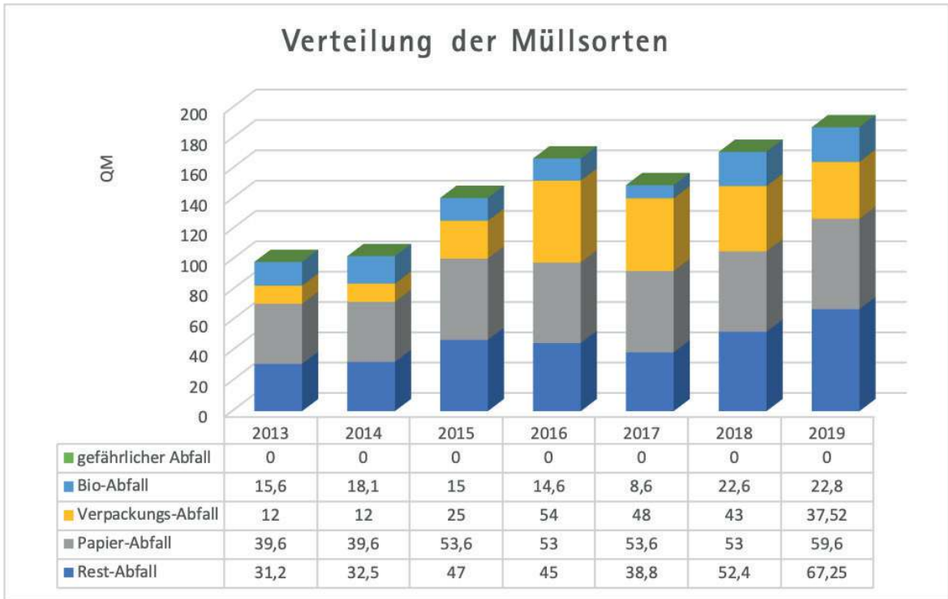
Externe Druckaufträge wurden nur an Druckereien vergeben, die ein Umweltzertifikat vorweisen können und entsprechende Papiere (blauer Engel) und Farben verwenden. Für interne Kopier- und Druckaufträge wurde ausschließlich Papier mit dem „Blauen Engel"-Siegel verwendet. Beide großen Hausdrucker tragen das Label „Blauer Engel", Arbeitsplatzdrucker bisher noch nicht.

Der Anteil Frischfaser-/Recyclingpapier ist 2019 fast auf Vorjahresniveau geblieben, jedoch im Bereich Frischfaserpapier leicht angestiegen.




## Abfall

2019 ist der Anteil an Biomüll am Gesamtmüll leicht gestiegen, der Verpackungsmüll konnte deutlich gesenkt werden. Das Papier- und Restmüllaufkommen ist angesichts der gestiegenen Gästezahl gestiegen.




Zur Information für Gäste und als Diskussionsgrundlage liegen im Haus verschiedene Informationsquellen aus wie z.B. das „Slow Food" Magazin oder Ausgaben der „Le Monde diplomatique", „Altas der Globalisierung", „Edition Wasser", „Edition Die Essenmacher" sowie verschieden Sachbücher zur Ernährung aus. Dies soll auch eine niederschwellige Annäherung für Gäste an die Themen ermöglichen.





## Warum umgesetzt / warum nicht?

Darüber hinaus war im EMAS-Bericht das Ziel formuliert, eine spezifische Energiekennziffer mit einem klimabereinigten Wärmeanteil auf dem Stand von 2018 zu halten. Dieses Ziel wurde erreicht?

Das Ziel, den spezifischen Papierverbrauch pro Übernachtungsgast im Vergleich zu 2018 um den Faktor 1 % zu reduzieren, wurde verfehlt.

### E3 NEGATIVASPEKT: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Das Wildbad kann bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet.

# E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

**Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden von uns für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst und in welcher Form wird darüber berichtet?**

### Einbindung von Anspruchsgruppen

Im Wildbad wurden zahlreiche Gremien geschaffen, um eine größtmögliche Transparenz zu gewährleisten und den unterschiedlichsten Anspruchsgruppen die Teilhabe an den Entscheidungsprozessen zu ermöglichen. Dies sind:

- **Leitungsausschuss des Wildbads:** Der Leitungsausschuss unterstützt und begleitet kontinuierlich die inhaltlich Arbeit des Wildbades zwischen den Sitzungen des Beirates und unterstützt die Leitung in grundsätzlichen Fragen der Verwaltung und des Betriebes. Er beschließt den von der Leitung vorgelegten Haushaltsplan. Er ist bei der Anstellung von Mitarbeitenden beteiligt und beschließt die Tagessätze für das Wildbad. Bei Planungen von Bau- und sonstigen Gestaltungsmaßnahmen ist der Leitungsausschuss zu hören.
- **Beirat des Wildbads:** Er setzt sich sowohl aus kirchlichen als auch gesellschaftlichen Vertretern zusammen, unterstützt die Leitung des Wildbades bei der inhaltlichen und konzeptionellen Arbeit. Insbesondere fördert er die Profilierung, berät in grundsätzlichen Fragen der Leitung, sowie Ausrichtung und Nutzung des Wildbads, kann Vorschläge unterbreiten, nimmt den Bericht der Leitung des Wildbades entgegen, sowie die Aufstellung des Haushaltes zur Kenntnis Er ist bei der Besetzung der Leitungsstellen des Wildbades zu hören.
- **Kuratorium und die Fachjury des Projekts „art residency wildbad":** Beide Gremien setzen sich aus Künstlern, Professoren, Kunstbeauftragten aus den Bereichen Bildung, Wirtschaft und Kirche zusammen. In einem offenen Verfahren wählt die Fachjury die jeweiligen „artists in residence" aus.
- **Sonstige Interessensgruppen:** Bei wichtigen Entscheidungen, z. B. bauliche Maßnahmen am Haus oder im Park werden Interessensgruppen wie BUND, Verein alt Rothenburg, Denkmalschutz und Nachbarn befragt.

- **Sonderführungen durch Haus und Park:** Das Leitungsteam lädt mehrmals im Jahr zu Themenführungen ein, die einen Blick hinter die Kulissen gewähren und sich mit Fragen wie „Nachhaltiges Wirtschaften im Wildbad", „Geschichte des Hauses" oder „Das Konzept der christlichen Lebenskunst" befassen. Interessenten sind eingeladen, hier offen in Dialog zu treten und Fragen zu stellen.

Der Geschäftsbericht des Wildbads wird im jährlichen Haushaltsbericht der Landeskirche veröffentlicht und ist für die Öffentlichkeit jederzeit einsehbar und im Haushalt der Synode.

Das Wildbad ist EMAS und EMASplus zertifiziert. Die jährlichen Berichte werden öffentlich gemacht und sind jederzeit über die Webseite einsehbar oder können beim Wildbad angefordert werden.

Alle Leitungsausschuss-, Kuratoriums- oder Beiratssitzungen werden durch Protokolle dokumentiert und auf dem zentralen Server des Hauses hinterlegt. Hier getroffene Beschlüsse, Anregungen oder Vorschläge fließen in die Entscheidungsfindung des Wildbads mit ein.

### Kommunikation mit der Öffentlichkeit

Grundsätzlich wird die Öffentlichkeit über alle wichtigen Themen des Wildbads informiert. Dies geschieht über folgende Kommunikationswege:

- **Pressemitteilungen**: In Abstimmung mit der Geschäftsleitung erarbeitet und versendet die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit in regelmäßigen Abständen Pressemitteilungen und Bildmaterial, in denen über Neuigkeiten, Veranstaltungen, Baumaßnahmen oder sonstige Entscheidungen des Hauses berichtet wird.
  Rückfragen sind jederzeit bei der Leitung des Hauses oder der Pressestelle möglich.
- **Pressegespräche**: Journalisten der relevanten Medien werden regelmäßig zu Interviews mit der Geschäftsleitung ins Wildbad eingeladen. Die daraus resultierenden Artikel und Presseberichte werden nicht durch das Wildbad autorisiert, so dass eine unabhängige und kritische Berichterstattung gewährleistet ist.
- **Webseite**: Alle wichtigen Informationen werden außerdem auf der Webseite www.wildbad.de bekanntgegeben und dokumentiert. Über ein Kontaktformular oder die persönliche Telefondurchwahl oder E-Mail-Adresse ist für Interessenten die direkte Kommunikation mit den Ansprechpartnern des Hauses möglich.

Soweit dies möglich ist, werden alle veröffentlichten Artikel und Presseberichte im Pressearchiv des Wildbads dokumentiert. Einzelne Presseberichte wurden zusätzlich auf der Webseite eingestellt. Die direkte Kommunikation mit Interessenten und Gästen über Facebook ist online dokumentiert.

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

Das Wildbad kann bestätigen, dass keinerlei Falschinformationen oder gesellschaftlichen Phänomene verbreitet werden.





# Ausblick

## Kurzfristige Ziele

**Berührungsgruppe A:**

- Wir streben die Umstellung des genutzten Stroms auf Aquastrom von einem regionalen Anbieter an. Geplant ist auch die Inbetriebnahme einer E-Tankstelle, diese könnte auch für Mitarbeitende mit E-Bikes oder Autos zur Verfügung gestellt werden.
- Einführung eine klimaneutralen Tagungspauschale und/oder den Ausweis des CO2-Fußabdrucks während einer durchgeführten Tagung im Haus.
- Alte Gemüse-/Obstsorten durch Gegenüberstellung am Buffet und Erklärungen wieder ins Bewusstsein holen. Beispielsweise alte Apfelsorten vs. Clubsorten. Dabei soll nicht mit dem Finger gezeigt werden, nur auf verschiedene Aspekte hingewiesen werden.
- Anbau von Gemüse bei einem regionalen Biobauernhof mit Abnahme der abgesprochenen Sorten.

**Berührungsgruppe B:**

- Die Einflussnahme des Wildbades auf die Auswahl von Bankinstituten ist als unselbständige Einrichtung gering. Dennoch arbeiten wir über die Landeskirche bereits mit Bankinstituten zusammen, die regional verankert sind und/oder über ein umfangreiches ethisches Unternehmenskonzept arbeiten. Wir möchten die Synergien, die sich hieraus ergeben können, besser nutzen.

**Berührungsgruppe C:**

- Die Aus-, Fort- und Weiterbildung von Mitarbeitenden soll passgenauer auch mit den Talenten und Neigungen der Mitarbeitenden verknüpft werden.
- Ein festes Budget pro Abteilung Kostenstelle soll jedes Jahr bereitstehen.
- Die Arbeitsbelastung in einzelnen Bereichen wird stärker in den Blick genommen und nach alternativen Arbeitszeitmodellen gesucht.
- Es soll geprüft werden, ob und inwieweit das Laden von E-Bikes/E-Autos für Mitarbeitende kostenfrei sein kann. Das Wildbad könnte Mittler für gute Konditionen von alternativen Verkehrsmittel werden (Öffis, Fahrräder).
- Mitbestellung von Bio-/regionalen/Fairtrade-Lebensmitteln.

**Berührungsgruppe D:**

- Der Aspekt der ständigen Umsatzsteigerung soll immer auch kritisch mitbedacht werden. Wir möchten stets auch mitbedenken, zu welchen Lasten geht dieses Wachstum.

- Nachlass auf den Zimmerpreis bei Anreise mit der Bahn wird geprüft.
- E-Tankstelle, um auch diese Gäste und Radfahrer mit E-Bikes besser bedienen zu können.
- Um unser Netzwerk an Lieferanten zu präsentieren und die Lieferkette der von uns verwendeten Produkte transparent zu machen, ist die Einrichtung eines Lieferantenboards im Eingangsbereich des Hauses geplant.

**Berührungsgruppe E:**

- Umstellung des Stroms auf ökologisch besser Varianten wie z.B. Aqua-Strom/regionaler Strom
- Verzicht auf Plastik und nicht recyclebarer Verbundmaterialien
- Weiterer Ausbau der hauseigenen Tagungsreihen. Die bereits 2019 angebotenen Tagungen sollen ausgebaut und als Kernkompetenz des Wildbads ausgebaut werden. Weitere Tagungsreihen sollen initiiert werden, um das Wildbad als Zentrum für Themen der christlichen Lebenskunst zu etablieren.
- Es werden öfters ganze Tiere abgenommen, z.B. Geflügel oder Schwein, und möglichst komplett verarbeitet.
- Anlegen eines kleinen Kräutergartens nach Hildegard von Bingen; von der Küche aus direkt zugänglich.
- Selber machen (Backen, Einmachen).
- Aktivität in den sozialen Medien ausbauen.
  Gerade in der schnellen und direkten Kommunikation haben soziale Medien für das Wildbad ständig an Bedeutung gewonnen. Das Haus verfügt über eine Facebook-Seite. Konkrete Nachfragen der User werden von den Administratoren der Seite (Geschäftsführung und Abteilung Öffentlichkeitsarbeit) direkt, spätestens aber innerhalb von 12 Stunden, beantwortet.
- Newsletter-Versand
  Um die Kommunikation mit Anspruchsgruppen und der Öffentlichkeit weiter zu vertiefen, ist der regelmäßige Versand eines Newsletters per Mail geplant.

# Langfristige Ziele

**Berührungsgruppe A:**

- Vor allem in den Bereichen Küche, Service und Security arbeiten wir bei Bedarf mit Leiharbeitskräften. Gerade beim Personalleasing sind jedoch Themen wie faire Arbeit/Menschenwürde nicht transparent und nachvollziehbar dokumentiert. Hier möchten wir, stärker als bisher, in einen partnerschaftlichen Dialog eintreten und unsere ethischen Ansprüche noch offener kommunizieren.
- Wir möchten auf die Zusammenarbeit mit kleineren, regionalen AnbieterInnen stärker als bisher partnerschaftlich Einfluss nehmen und den ethischen Anspruch durch steten Dialog und das Bewusstmachen von Problematiken thematisieren.

**Berührungsgruppe B:**

- Die Einflussnahme des Wildbades auf die Auswahl von Bankinstituten ist als unselbständige Einrichtung gering.





**Berührungsgruppe C:**

- Die Aus-, Fort- und Weiterbildung von Mitarbeitenden soll passgenauer auch mit den Talenten und Neigungen der Mitarbeitenden verknüpft werden.
- Als weitere Schritte zu mehr Transparenz und Mitbestimmung im Wildbad werden die Möglichkeiten von selbstverwaltenden Teams, eigenständige Budgetverwaltung in bestimmten Teams und Einbeziehung der MA-Teams in die Personalauswahl bei Neueinstellungen geprüft.

**Berührungsgruppe D:**

- Der Aspekt der Barrierefreiheit soll stärker in den Blick genommen werden. Insbesondere bei Baumaßnahmen.
- Der Dialog mit KundInnen soll gestärkt bleiben, z.B. durch gemeinsame Veranstaltungseinladungen und gegenseitiges Kennenlernen, Workshops für „Verbesserungen".
- Kooperationen sollen ausgebaut und gestärkt werden, gerade im Hinblick auf die eigenen Formate.
- Shuttle-Service in Kooperation mit anderen Hotels der Stadt.

**Berührungsgruppe E:**

- Kooperation mit dem Weltladen verstärken (Vorträge zum Thema Fair-Trade).
- Anschaffung eines E-Autos statt eines Verbrenners, Geschäfts-E-Bike.
- Senkung des Gesamtmüllaufkommens, Heizenergie, Papierverbrauch.
- Erweiterung des Beirats.
  Bisher sind Umweltgruppen als relevante Anspruchsgruppen noch nicht im Beirat des Wildbads vertreten. Ziel ist es, den Beirat entsprechend zu erweitern. Infrage kommen dafür vor allem der Bund Naturschutz und der Naturpark Frankenhöhe. Im Sinne der Einbindung weiterer Anspruchsgruppen ist die Einbindung der Rothenburger Stadtführer in den Beirat anstrebenswert. (BUND, Naturpark Frankenhöhe, intensivere Abstimmung/ Austausch)
- Etablierung eines Nachbarschafts-Stammtischs.
  Um den Kontakt zu den unmittelbaren Nachbarn des Wildbads nicht nur aktiv zu gestalten, im Einzelnen zu verbessern und das Aufkommen von Missverständnissen bereits im Vorfeld zu vermeiden, ist ein „Nachbarschafts-Stammtisch" geplant.

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

Diese EU-Richtlinie ist für uns nicht zutreffend.

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

# Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Die Geschäftsführung von Das Wildbad hat sich bereits seit längerem mit dem Thema Gemeinwohl-Ökonomie beschäftigt, auch im Kontext von Dialogen evangelischer Tagungsstätten in Deutschland.

Als externe BeraterInnen wurden Ulrich Fellmeth und Nina Schwarzweller (COSYMA) zur Begleitung des Prozesses der Erstellung einer Gemeinwohlbilanz verpflichtet.

An der Erstellung der GWÖ-Bilanz waren innerhalb unseres Unternehmens beteiligt:

- Fell, Petra
- Platzöder, Birgit
- Unterthiner, Margit
- Hafner, Eva
- Friese, Pia
- Näpfel, Sebastian
- Schuhmacher, Wolfgang
- Jesse, Liane
- Krauthahn, Peter
- Dehner, Bettina
- Heise, Nora
- Bröllos, Jürgen
- Friese, Christoph
- Michels, Stephan.

Als Stakeholder involviert war:

- Pauli, Axel Vorsitzender des Weltladens, Rothenburg

Die GWÖ-Berichterstellung wurde intern kommuniziert durch
Aushang, Newsletter, Auftaktveranstaltung, Mitarbeiterversammlung.
15. September 2021