



## Nachhaltigkeitsbericht 2016

BEST WESTERN PREMIER Hotel Park Consul, Esslingen

73728 Esslingen  
Grabbrunnenstraße 19

## Impressum

BEST WESTERN PREMIER Hotel Park Consul, Esslingen  
Grabbrunnenstraße 19  
73728 Esslingen

Tel.: 0711 – 4 1111 0

Fax: 0711 – 4 1111 699

E-Mail: [pcesslingen@consul-hotels.com](mailto:pcesslingen@consul-hotels.com)

[www.pcesslingen.consul-hotels.com](http://www.pcesslingen.consul-hotels.com)

CSR-Beauftragte: Thomas Albert, Esther Klockenhoff, Helge Kurths

Tel.: 0711 – 4 1111 690

E-Mail: [esther.klockenhoff@consul-hotels.com](mailto:esther.klockenhoff@consul-hotels.com)

Jahr der Datenerfassung: 2015

# Inhaltsverzeichnis

0.	Vorwort	4
	Kernindikatoren	4
1.	Unternehmensportrait	5
1.1.	Unternehmensdaten	5
1.2.	Übernachtungen	5
1.3.	Restaurant	6
1.4.	Veranstaltungen	6
1.5.	CSR-Management	6
1.5.1.	Leitbild	6
1.5.2.	CSR-Managementsystem/ CSR Verantwortung	8
1.5.3.	Legal compliance	8
1.5.4.	Stakeholdermap	9
1.5.5.	Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement	9
1.6.	Wirtschaftsdaten	10
2.	Unternehmensökologie	11
2.1.	Energie	11
2.2.	Emissionen	11
2.3.	Papier	12
2.4.	Abfall	12
2.5.	Wasser	13
2.6.	Chemikalien	13
2.7.	Landnutzung, Gebäude und Ausstattung	13
3.	Gäste	14
3.1.	Gästezufriedenheit	14
3.2.	Gästeinformation	14
4.	Mitarbeitende	14
4.1.	Beschäftigtenstruktur	144
4.2.	Personalentwicklung	15
4.3.	Mitarbeitendenzufriedenheit	16
5.	Beschaffung	16
5.1.	Lieferanten	17
6.	Community Involvement	17
7.	Verbesserungsplan	177

## 0. Vorwort

Als Hotel einer kleinen, privat geführten Betriebsgesellschaft, unter dem Markennamen von Best Western, verstehen wir es als Selbstverständlichkeit, dass wir in unseren täglichen Aktivitäten und Entscheidungen den Menschen im Vordergrund sehen. Diesem Leitsatz folgt, dass wir Verantwortung für Mitarbeiter, unsere Gesellschaft und die Umwelt, in der wir leben, übernehmen.

In der heutigen Zeit, in der Ressourcen immer knapper werden und Nachhaltigkeit ein unaufhaltsames Thema ist, ist es auch für das BEST WESTERN PREMIER Hotel Park Consul Esslingen weiterhin ein großes Anliegen, sich als einer der ersten privaten Hotelbetreiber nachhaltig auszurichten.

Um den Weg der Nachhaltigkeit professionell zu beschreiten, haben wir uns im Februar 2013 entschieden, mit der Firma KATE und TourCert an dem Projekt CSR-Zertifizierung für die Hotellerie teilzunehmen.

Es freut uns, Ihnen diesen Bericht als Bestandsaufnahme zur 1. Rezertifizierung im Jahr 2016 zu präsentieren, die Ihnen die Fortführung des Programms in unserem Haus aufzeigen soll.

Wir danken allen Mitarbeitern, die bei dem CSR-Prozess teilnehmen und freuen uns, den Prozess der Nachhaltigkeit auch weiterhin, gemeinsam mit unserem gesamten Team, stetig weiterzuentwickeln.

## Kernindikatoren

	Einheit	2012	2015
Umsatzrendite	%	6,78	1,45
Umsatz pro verfügbaren Zimmer	€	102,86	102,54
CO2 pro Übernachtung	kg	20,63	4,76
Anteil Recyclingpapier am Gesamtpapierverbrauch	%	100,00	100,00
Restmüllaufkommen pro Übernachtung	l	10,23	9,05
Wasserverbrauch pro Übernachtung	m <sup>3</sup>	0,23	0,19
Zufriedenheitsindex Gäste	%	71,00	73,00
Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	69,00	74,00
Anteil zertifizierter Lieferanten	%	-	42,86
Anteil nachhaltige Produkte	%	29,83	57,92

# 1. Unternehmensportrait

Das BEST WESTERN PREMIER Hotel Park Consul in Esslingen wurde am 19. September 2005 eröffnet. Es ist Teil der städtischen Entwicklung zwischen der Grabbrunnenstraße und der Ebershaldenstraße in 73728 Esslingen. Auf diesem Gebiet entstand zwischen 2003 und 2005 ein Ensemble aus Stadthalle, Hotel und Tiefgarage, welches in einem Private-Public-Partnership-Projekt (PPP) zwischen der Stadt Esslingen, der Public Consul Berlin und der Commerzbank Leasing erstellt wurde. Verpächter der Hotelimmobilie ist die Esslingen Live GmbH, eine zu 100% städtische Tochter, die ebenso das Management der angrenzenden Stadthalle führt.

Das Hotel wird betrieben durch die Brendal Hotels-, Leisure-, Industrie-, Entwicklungs- und Betriebs GmbH mit Sitz in Berlin und wurde zwecks einer besseren Vermarktung der Marketingkooperation Best Western Hotels Central Europe angeschlossen.

Zur Brendal HLI Entwicklungs- und Betriebs GmbH gehören neben dem Hotel in Esslingen, das BEST WESTERN PREMIER Hotel Park Consul Köln und das BEST WESTERN PREMIER Schlosshotel Park Consul in Heidenheim, welche ebenso an dieser Zertifizierung teilnehmen. Alle drei Hotels der Brendal Berlin befinden sich in der 4 Sterne Superior Kategorie.

## 1.1. Unternehmensdaten

	Einheit	2015
Anzahl Zimmer	Anz	150
Anzahl Betten	Anz	297
Gesamt Festangestellte Vollzeit	Anz	53,55
Anzahl Restaurants	Anz	1

## 1.2. Übernachtungen

	Einheit	2012	2015
Übernachtungen	Anz	40682	45.977
Zimmerauslastung	%	62,72	68,50

### 1.3. Restaurant

	Einheit	2015
Anzahl Restaurantgäste	Anz	50.731
Anzahl Servicepersonal Restaurant inkl. Azubi	Anz	11
Anzahl Mitarbeitende in der Küche inkl. Azubi	Anz	11,70
Anzahl Gäste pro Servicepersonal	Anz	4611,91
Anteile regionaler Speisen	%	50
Anteil vegetarischer Speisen	%	20

### 1.4. Veranstaltungen

Das Hotel verfügt über fünf Konferenzräume mit einer Fläche von ca. 300 m<sup>2</sup>. Hinzu kommen drei externe Konferenzräume des baulich angeschlossenen Neckar Forums, mit 205m<sup>2</sup>. Der Dienstleistungsvertrag für den Großer Saal und das Foyer im Neckar Forum wurde zum 31. August 2015 beendet.

Das Hotel und die Veranstaltungshalle vermarkten sich dennoch nach wie vor gegenseitig, weiterhin übernimmt das BEST WESTERN PREMIER Hotel Park Consul die Bewirtung aller stattfindenden Veranstaltungen im Hotel und den 3 kleinen Konferenzräumen des Neckar Forums. Im Jahr 2015 fanden übergreifend (inkl. Veranstaltungen im Neckar Forum – bis 31.8.15) ca. 680 Veranstaltungen mit insgesamt ca. 37.300 TeilnehmerInnen statt. Durch die Zusammenarbeit mit der Deutschen Bahn können vergünstigte Fahrpreise den TeilnehmerInnen angeboten werden, die dadurch vermehrt auf eine Bahnreise hingewiesen werden und entsprechend CO<sup>2</sup>Emmissionen verringern können.

### 1.5. CSR-Management

#### 1.5.1. Leitbild

**Unser Ziel: Vertrauen, Solidarität und Sympathie bei allen Stakeholdern.**

Das BEST WESTERN PREMIER Hotel Park Consul mit seinen 150 Zimmern am Rande der Esslinger Altstadt gilt als das führende Hotel in Esslingen. Durch die Mitarbeiter und die Aktivitäten unterhält das Hotel eine persönliche und positive Beziehung zu allen Personen in der Stadt und Umgebung. Weiterhin pflegt das Hotel eine offene und wahre Informationspolitik nach außen und innen.

Vier Unternehmenswerte bilden ein Grundgerüst, wobei der Gast im Mittelpunkt steht und mit den Mitarbeitern den wichtigsten Bestandteil bildet.

Umwelt	Gast	Sozial
Mitarbeiter		Geschäftspartner

### Umwelt/ Nachhaltigkeit für die Umwelt

Nachhaltigkeit hat im BEST WESTERN PREMIER Hotel Park Consul einen hohen Stellenwert. Es bedeutet Ressourcen effizient zu nutzen und den Verbrauch zu reduzieren, ohne dabei an Qualität zu verlieren. Dabei wird auf die Zusammenarbeit mit regionalen Herstellern und Lieferanten großen Wert gelegt.

#### Leitsatz:

**Wir handeln Ressourcen schonend, ohne Qualitätsverlust und suchen immerwährend nach Optimierungsmöglichkeiten.**

### Sozial/ Social Sustainability

Das BEST WESTERN PREMIER Hotel Park Consul sieht sich als ein Bestandteil der Stadt Esslingen. Daher unterstützt und fördert das Unternehmen viele unterschiedliche Aktivitäten, die einen positiven Beitrag für die Stadt und die dort lebenden Menschen leisten.

So fördert das Hotel die Stiftung Agapedia, bildet auch Jugendliche mit Lernschwäche des „Beruflichen Ausbildungszentrums Esslingen“ aus, unterstützt durch finanzielle Maßnahmen das Hospiz Haus in Esslingen, ist Anlaufstelle im Rahmen des Projektes „Kelly-Insel“, betreibt seit sechs Jahren eine Bildungspartnerschaft mit der Seewiesen-Gesamtschule Esslingen und bildet 13 Auszubildende aus.

#### Leitsatz:

**Soziales Engagement ist uns ein großes Anliegen, was wir innerhalb und außerhalb des Unternehmens zeigen und umsetzen.**

### Mitarbeiter/ Nachhaltigkeit für Mitarbeiter

Mitarbeiter sind die wichtigste und immer schwieriger zu erhaltende Ressource, um dem Unternehmen zum Wohle des Gastes die persönliche Note und den wirtschaftlichen Erfolg zu ermöglichen.

Beim Arbeiten miteinander ist kollegiales Verhalten und Loyalität unabdingbar. Kritik hilft, in der Persönlichkeit zu wachsen und unsere Dienstleistungen ständig zu verbessern. Das BEST WESTERN PREMIER Hotel Park Consul legt daher ein besonderes Augenmerk auf Weiterbildung, Arbeitsbedingungen und Zufriedenheit der Mitarbeiter.

#### Leitsatz:

**Der Mitarbeiter hat neben dem Wirtschaftsfaktor Gast den höchsten Stellenwert im Unternehmen und wird durch Weiterbildung und Incentives gefördert.**

### Geschäftspartner:

Ein guter, fairer und langfristiger Umgang und Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern und Lieferanten ist uns sehr wichtig.

Hierbei achten wir auf Nachhaltigkeit und erwarten sehr gute Leistungen, Konditionen-Fairness und Vereinbarungen einer eindeutigen Qualität, gegenseitige Akzeptanz und Wertschätzung.

**Leitsatz:**

**Wir streben eine langjährige Partnerschaft mit unseren Lieferanten an, bei der Vertrauen, Zuverlässigkeit und gegenseitige Unterstützung im Fokus stehen.**

**Gäste:**

Der Gast ist wichtigstes Sprachrohr unseres Images und unserer Bekanntheit und tragendes Element zur Erreichung unserer Umsatzziele. An ihm richten wir unsere Qualität und Leistung aus, möchten ihn begeistern und zufriedenstellen. Durch Service, Qualität, Sorgfalt, Freundlichkeit und Zuverlässigkeit erhalten wir begeisterte Gäste, die gerne wiederkommen, uns weiterempfehlen und somit zur Erreichung unserer Umsatzziele beitragen.

**Leitsatz:**

**Der Gast ist Mittelpunkt unserer täglichen Arbeit. Durch qualitativ hochwertigen Service stellen wir ihn nicht nur zufrieden, sondern begeistern ihn. Er wird dadurch zum Botschafter und fördert Image und Bekanntheitsgrad unseres Hauses.**

**1.5.2. CSR-Managementsystem/ CSR Verantwortung**

Das Thema Nachhaltigkeit und das dafür entwickelte Engagement innerhalb des Hotels werden durch die Direktion weiterhin begleitet und überwacht. Mitarbeiter aus der Hausdamenabteilung, der Verkaufsabteilung und der Technischen Abteilung betreiben in Form eines Arbeitskreises die Organisation und die Koordination für dieses Projekt weiter fort. Dieser Arbeitskreis entwickelt neue Ideen und Aktivitäten, stimmt diese mit der Geschäftsleitung in regelmäßigen Meetings ab und ist dann auch für die Umsetzung verantwortlich.

**1.5.3. Legal compliance**

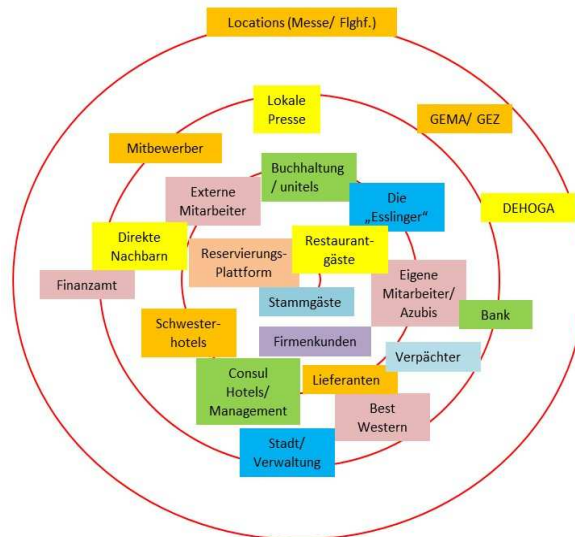
Im Unternehmen werden die Aufgabenbereiche innerhalb der gesetzlichen Vorgaben intern besetzt oder über externe Unternehmen ausgeführt.

Die Bereiche des Daten- und Feuerschutzes, sowie 2 Sicherheitsbeauftragte werden durch das Hotel mit ausgebildetem und zertifiziertem Fachpersonal intern gestellt. Weiterhin gibt es ausgebildete Ersthelfer im Hotel.

Bezüglich verschiedener Gesundheitsaspekte werden Gesundheitstage in Zusammenarbeit mit den Krankenkassen im Hotel sporadisch durchgeführt.



## 1.5.4. Stakeholdermap



Die Stakeholdermap für das Best Western Premier Hotel Esslingen hat weithin Bestand und gibt uns Hilfestellung bei der Identifikation von Anspruchsgruppen (Stakeholder). Stakeholder werden definiert als jegliche Personengruppen und/ oder Institutionen die ein Interesse oder Einfluss am Verlauf oder Ergebnis eines Prozesses oder Projektes haben; auch zunächst scheinbar Unbeteiligte wie Kunden oder Mitarbeiter. Die Abbildung zeigt welche Anspruchsgruppen wir für unser Hotel definiert haben. Der rote Kreis im Inneren zeigt die Stakeholder, die einen großen Einfluss haben. Je weiter eine Anspruchsgruppe von der Mitte des Kreises entfernt ist, desto kleiner ist ihr Einfluss auf das Unternehmen. Da sich die Positionen der Stakeholder auf Grund unterschiedlicher Einflüsse im Laufe der Zeit verändern können, ist es notwendig, diese Map immer wieder zu überprüfen und ggf. zu verändern.

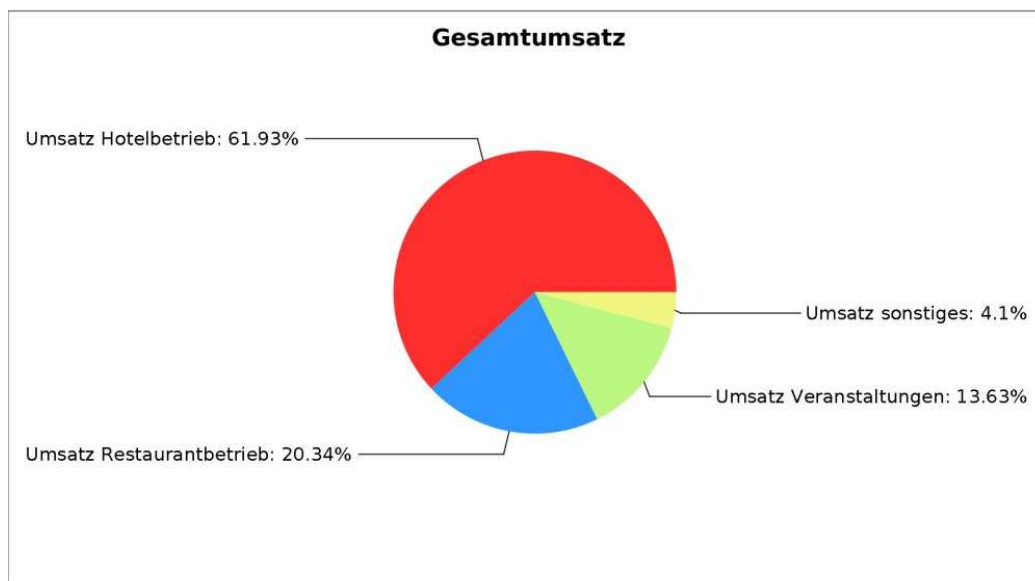
## 1.5.5. Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement

Durch das durchgeführte Eco-Mapping wurde eine neue Sichtweise auf Nachhaltigkeit und Verbesserungsmanagement im Team geweckt. Wir versuchen weiterhin einen Weg zu finden, dieses Mapping intern quartalsweise durchzuführen, um Problembereiche zu identifizieren, neu zu bewerten und angesetzte Lösungen auf deren Umsetzung zu überprüfen. Gemeinsam mit dem Eco-Mapping wird ein Team von Mitarbeitern aus verschiedenen Bereichen und Abteilungen ausgewählt, um Verbesserungen zu erarbeiten. Hierbei stoßen wir immer wieder auf die Problematik der Mitarbeiterfluktuation, die in diesem Bereich eine kontinuierliche Arbeit stark behindert. Zudem können Mitarbeiter permanent Verbesserungen über einen Vorschlagsbriefkasten eingeben. Auch diese Möglichkeit für alle Mitarbeiter Ideen mit einzubringen, bringt trotz Gewinn-Anreizen nicht den gewünschten Erfolg. Das Interesse der Mitarbeitenden ist hier extrem gering.

## 1.6. Wirtschaftsdaten

In den vergangenen Jahren (2013 – 2015) konnte das Hotel seine Umsatzzahlen erneut leicht steigern. Dennoch konnten die Ergebnisse nicht entsprechend gesteigert werden – im Gegenteil. Die Gründe dafür liegen hauptsächlich in den steigenden Kosten, wie z.B. steigende Energiepreise, höhere Waren- und Einkaufspreise, Instandhaltungen und Renovierungen, sowie steigende Personalkosten.

	Einheit	2012	2015
Gesamtumsatz	€	5.631.667,63	5.614.205,00
Umsatz pro Übernachtung	€	138,43	122,11
Umsatz pro verfügbare Zimmer	€	102,86	102,54
Umsatz pro Restaurantgast, gemessen am gesamten F&B Umsatz	€	93,97	22,51
Umsatz pro Servicepersonal, gemessen am gesamten F&B Umsatz	€	187.308,50	103.807,82
Umsatzrendite	%	6,78	1,45



## 2. Unternehmensökologie

### 2.1. Energie

Der Strom wird an das Hotel durch die EnBW geliefert. Seit Januar 2015 erhalten wir nachweislich und zertifiziert ausschließlich 100% emissionsfreien und regenerativ erzeugten Strom aus Wasserkraft. Wärme wird über die Fernwärme der SWE bezogen.

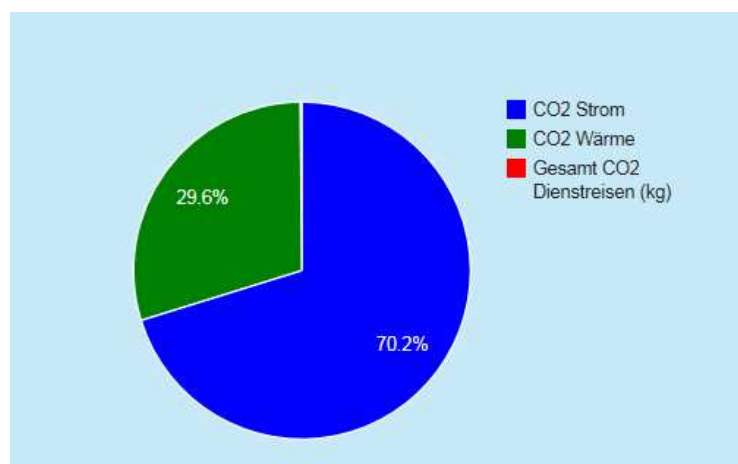
	Einheit	2012	2015
Strombedarf gesamt	kWh	866.365,00	813.020,00
Strombedarf pro Übernachtung	kWh	21,30	17,68
Wärmeenergiebedarf gesamt	kWh	1.233.249,45	943.600,00
Wärmeenergiebedarf pro m <sup>2</sup>	kWh	159,44	121,99
Gesamtenergiebedarf	kWh	2.099.614	1.756.620
Gesamtenergiebedarf pro Übernachtung	kWh	51,61	38,21
Wärmeenergiebedarf pro Übernachtung	kWh	30,31	20,52

### 2.2. Emissionen

Die aufgeführten CO<sub>2</sub> Werte stammen fast vollständig aus der aufgewendeten Energie. Um diese Werte in der Zukunft zu verringern, wurden Optimierungen (Wechsel auf ca. 1.200 LED-Leuchten), sowie sensiblere Handhabung der Energienutzer trainiert und gefordert.

Die Verbesserungen im Bereich Energie werden sich weiter bei den CO<sub>2</sub>Emissionen bemerkbar machen. Das BHKW, das nicht optimal genutzt wurde, wurde zwischenzeitlich abgeschaltet, sodass wir auch hier keine Gaslieferung und damit keine Gasverbrennung mehr im Hotel hatten.

	Einheit	2012	2015
CO <sub>2</sub> gesamt	kg	839.077,91	732.949,66
CO <sub>2</sub> pro Übernachtung	kg	20,63	15,94



### 2.3. Papier

Der Papierverbrauch in 2015 betrug 1.125 kg, wurde jedoch im Vergleich zu den vergangenen Jahren weiter reduziert. Dies liegt unter anderem daran, dass wir mehr und mehr verschiedene Reports und E-Mails nur noch digital bearbeitet und nicht mehr ausgedruckt. Ebenso beim Rechnungverkehr. Des Weiteren werden fast alle Seiten doppelseitig genutzt.

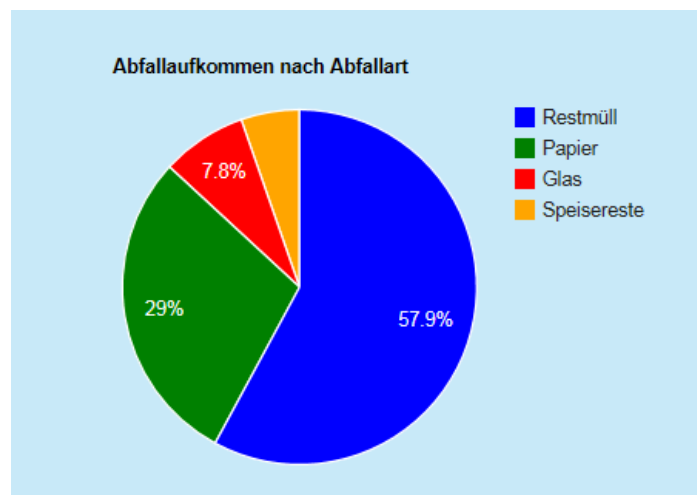
Das Papier wird über das Unternehmen „Staples“ bezogen und weist in 90% der Fälle das EU Ecolabel (FR/011/002) auf.

	Einheit	2012	2015
Papiergewicht gesamt/ Papierverbrauch Gesamt in kg	kg	1.875	1.125
Papiergewicht pro Übernachtung/ Papierverbrauch Gesamt in kg	kg	0,05	0,02

### 2.4. Abfall

Beim Abfall macht der Restmüll einen Anteil von 57,91% aus. Hierunter fällt der recyclebare Müll (gelber Sack), sowie der normale Restmüll. Die gemeinsame Berechnung resultiert daraus, dass der örtliche Müllentsorgungsanbieter bei der Abholung und der Abrechnung keine Unterscheidung zwischen Restmüll und gelben Sack macht. Dieser Missstand konnte auch in den vergangenen 2 Jahren noch nicht behoben werden. Auch in Gesprächen mit „Müll-Consultants“ gab es (noch) keine griffigen Methoden, die zur Umsetzung taugten.

	Einheit	2012	2015
Abfallaufkommen gesamt	l	892.800	718.400
Abfallaufkommen pro Übernachtung	l	19,39	17,29
Restmüllaufkommen pro Übernachtung	l	5,11	5,56



## 2.5. Wasser

Der Wasserverbrauch pro Übernachtung beträgt 380 Liter und liegt damit immer noch leicht über dem Benchmark der Studie „Umweltleistung europäischer Tourismusbetriebe“ von 201 Liter für die 4 Sterne Kategorie. Hierzu ist zu beachten, dass der Wellnessbereich des Hotels zwei Einzel-Whirlwannen hat. Um den Wasserverbrauch weiterhin zu minimieren, werden weiterhin bei den wasserführenden Geräten (Duschbrause, Wasserhähne, etc.) wasserausflussreduzierende Perlatoren eingesetzt. Weitere Einsparmöglichkeiten werden permanent geprüft. Die Steigerung hängt aber natürlich auch an der besseren Belegung des Hauses.

	Einheit	2012	2015
Wasserverbrauch Gesamt	m <sup>3</sup>	9.510	8.812
Wasserverbrauch pro Übernachtung	m <sup>3</sup>	0,23	0,19

## 2.6. Chemikalien

Die Reinigungsmittel werden über den Großhandel O&S Offterdinger & Sailer in Kornwestheim bezogen, welcher nach DIN EN IO 9001 und DIN EN ISO 14001 zertifiziert ist. Das Unternehmen führt Beratungen und Einweisungen im Hotelbetrieb durch, so dass ein wirtschaftlicher, ökologischer und sinnvoller Einsatz der Hygienemittel und Gefahrstoffe gewährleistet wird. 90% der Reinigungsmittel werden nach wie vor als Konzentrat verwandt.

	Einheit	2015
Wasch-/Reinigungsmittel fest	kg	775,75
Wasch-/Reinigungsmittel flüssig	l	976,5
Gefahrstoffen	l	80,00
Anteil biologisch abbaubarer Chemikalien	%	69,90

Die Zahlen aus 2012 liegen deutlich darunter, was für uns nicht nachvollziehbar ist. Daher gehen wir davon aus, dass damals schlicht falsch gerechnet wurde.

## 2.7. Landnutzung, Gebäude und Ausstattung

Bau und Gestaltung der Hotels stimmen mit den örtlichen Bebauungsplänen überein und erfüllen die Anforderungen des Natur- und Denkmalschutzes. Das Hotel wurde 2005 erbaut und wird seitdem ständig in der Inneneinrichtung renoviert und auf dem neuesten Stand gehalten. Sanierungen an der Gebäudehülle wurden bislang keine vorgenommen.

Das Hotel verfügt über drei behinderte gerechte Zimmer, die über die Etagenaufzüge einfach zu erreichen sind. Des Weiteren sind die gesamten öffentlichen Bereiche barrierefrei und eine Behindertentoilette ist verfügbar.

## 3. Gäste

### 3.1. Gästezufriedenheit

Der Zufriedenheitsindex der Gäste beruht auf dem System Medallia. Hier fließen zum einen alle Bewertungen der Buchungsportale ein (booking.com, expedia.de, hotels.com, hrs.de, tripadvisor, holidaycheck.de, facebook, twitter, google places, etc.). Zum anderen werden alle Gäste, die über bestwestern.de, bestwestern.com oder über das Best Western Callcenter gebucht haben, zu einer Bewertung aufgefordert. Des Weiteren fließen alle Papierfragebögen, die innerhalb des Hotels eingereicht werden ebenso in die Bewertung mit ein.

	Einheit	2015
Zufriedenheitsindex Gäste	%	73,00
Anteil wiederkehrende Gäste/Stammgäste	Personen	313

### 3.2. Gästeinformation

Bei der Befragung hinsichtlich der Gästeinformation haben 5 GästeberaterInnen teilgenommen. Durch die Befragung wurde festgestellt, dass die abgefragten Kriterien gut bis sehr gut im Hotel umgesetzt werden.

## 4. Mitarbeitende

### 4.1. Beschäftigtenstruktur

Das Hotel verfügt über vier Hauptabteilungen (Direktion & Verwaltung, Verkauf & Marketing, Food and Beverage und Rooms Division). Die Hauptabteilung F&B gliedert sich in die Bereiche Gastronomieleitung, Restaurant, Bankett, sowie Küche. Der Rooms Division Bereich bündelt unter sich die Hausdamenabteilung, den Empfang, Reservierungsabteilung und die Technik.

Zusammengenommen werden die 12 Abteilungen mit insgesamt 53,65 Festangestellten durch fünf Frauen und fünf Männer geführt.

18 MigrantInnen sind im gesamten Hotel in fast allen Abteilungen angestellt und stellen einen Anteil von 33,5% am Gesamtpersonal dar.

	Einheit	2012	2015
Gesamt Festangestellte	Anz	63,00	53,65
Anteil Frauen in Führungspositionen	%	11,11	9,32

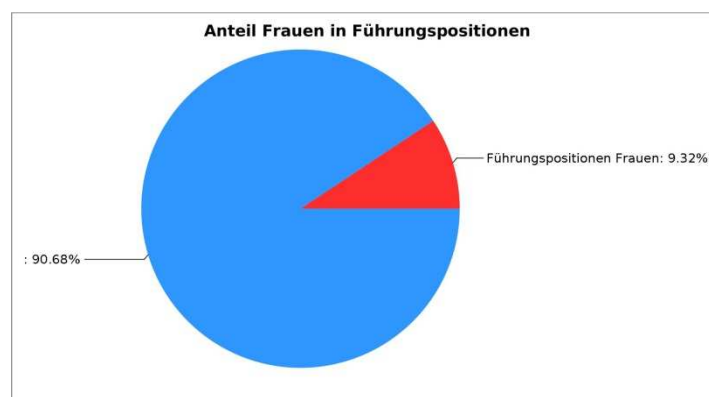
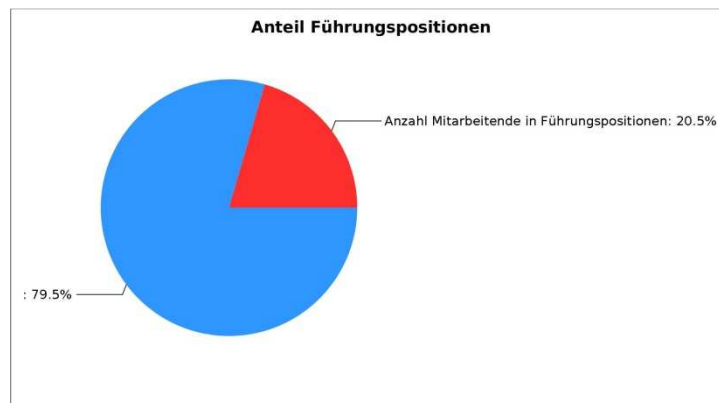
## 4.2. Personalentwicklung

Wie aus der Beschäftigtenstruktur ersichtlich, wird in der Einstellungspolitik und Personalentwicklung Wert auf Gleichberechtigung gelegt.

Grundsätzlich erhalten alle Mitarbeiter Schulungen zu ihren Fachgebieten, sowie zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.

Die Gehaltsstruktur und sonstige Vergütungen basieren auf dem Lohn- und Gehalts-Tarifvertrag 2012 für das Hotel- und Gaststättengewerbe in Baden-Württemberg. Dieser wurde jetzt in 2016 neu verhandelt

	Einheit	2012	2015
Anteil Weiterbildungsmaßnahmen an Personalkosten	%	0,25	0,43



### 4.3. Mitarbeitendenzufriedenheit

Die Mitarbeiterbefragung wurde im 1. Quartal 2016 durchgeführt. Hierzu wurden die Abteilungsleiter in die Online-Bearbeitung eingewiesen und beauftragt, die Befragung mit den Mitarbeitern in den jeweiligen Abteilungen durchzuführen, was auch sehr gut klappte.

Erfreulich war die gute Beteiligung an der Befragung und dass die Mitarbeitendenzufriedenheit in den letzten beiden Jahren noch einmal gesteigert werden konnte.

Hinsichtlich Verbesserungsmöglichkeiten ging aus der Befragung hervor, dass die Meinung der Mitarbeiter in Entscheidungen mehr einbezogen werden sollte. Erwartungsgemäß war auch der Wunsch nach besserem Mitarbeitenden-Essen wieder Thema.

	Einheit	2012	2015
Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	68,69	74,00

## 5. Beschaffung

Nach der Erstzertifizierung wurden die Einkaufsabteilung und die Küchenleitung angehalten, die augenblickliche Lieferantenliste genau anzuschauen und zu überprüfen, ob lokale und regionale Lieferanten nicht stärker zum Einsatz bei uns kommen können. Dies wurde recht erfolgreich umgesetzt. Die Anzahl der Lieferanten wurde nochmals reduziert (weniger Anfahrten mit LKWs) und in mehreren Bereichen auf lokale /regionale Lieferanten umgestellt. Somit konnte der %uale Anteil deutlich gesteigert werden. Ca. 90% der restlichen Produkte werden weiterhin über die Einkaufsgesellschaft „prognos“ bezogen, an die das Hotel durch die Zugehörigkeit zu Best Western angeschlossen ist. Die „prognos“-Einkaufsgesellschaft bewertet und sucht ihre Zulieferer und Partner nach zehn Qualitätskriterien aus. Unter den Kriterien befinden sich auch die Nachhaltigkeitspunkte Ökonomie, Ökologie und Soziales.

Die Kennzahl für 2015 Fair Trade Lebensmittel bezieht sich ausschließlich auf unseren Fair Trade Kaffee. Alle anderen Lebensmittel und sonstige Einkäufe können wir leider nicht auf Trade Fair nachvollziehen. Woher die Zahl aus 2012 stammt können wir nicht mehr rückverfolgen.

	Einheit	2012	2015
Anteil Fair Trade Lebensmittel	%	53,33	3,37
Anteil regionale Produkte	%	48,00	79,17
Anteil nachhaltige Produkte	%	29,83	57,92
Bio-Lebensmittel	%	18,00	52,50



## 5.1. Lieferanten

Ebenfalls im 1. Quartal 2016 führte das Unternehmen eine Lieferantenbefragung mit den fünf größten Lieferanten durch. Hierbei ist zu erwähnen, dass die Einkaufsgesellschaft progros, über die viele Lieferantenkontakte laufen, keine Befragung ausfüllen konnten. Die progros sucht Ihre Partner und Lieferanten jedoch nach den 10 Qualitätskriterien aus (u.a. erstklassige Produktkompetenz, Qualität, Referenzen im Markt, Serviceleistung, moderne Logistik, Nachhaltigkeit).

	Einheit	2015
Anteil Lieferantenbefragungen	%	24
Anteil zertifizierter Befragungsteilnehmer	%	43
CSR Index Lieferantenbefragung	%	58

## 6. Community Involvement

Bereits im Leitbild ist ersichtlich, dass das Unternehmen einen hohen Wert auf Sozialkompetenz und Zusammenarbeit und Unterstützung regionaler Organisationen legt.

So fördert das Hotel die Stiftung Agapedia, bildet auch Jugendliche des „Beruflichen Ausbildungszentrums Esslingen“ aus, unterstützt durch finanzielle Maßnahmen das Hospiz Haus in Esslingen, ist Anlaufstelle im Rahmen des Projektes „Kelly-Insel“, betreibt eine Bildungspartnerschaft mit der Werkrealschule „Seewiesenschule“ Esslingen und bildet momentan 13 Auszubildende aus.

## 7. Verbesserungsplan

Während der vergangenen 2 Jahre wurden in allen Bereichen des Hauses immer wieder Ideen zur Nachhaltigkeitsverbesserung entwickelt und umgesetzt, so dass wir eine große Anzahl umsetzten und bearbeiten konnten – siehe separater Verbesserungsplan. Die meisten Punkte dabei bezogen sich auf Verbesserungen im Umgang mit unseren Mitarbeitern, da uns die Personalentwicklung in den vergangenen Monaten und Jahren am meisten zu schaffen macht. Dadurch wurden vielleicht die anderen Bereiche etwas vernachlässigt, was in den kommenden Monaten aber auf unserem Plan steht.