

# Gemeinwohlbericht

## Rost Dock

2020-2021



# Inhalt

<b>Allgemeine Informationen zum Unternehmen</b>	<b>6</b>
<b>Kurzpräsentation des Unternehmens</b>	<b>6</b>
Produkte / Dienstleistungen	7
<b>Das Unternehmen und Gemeinwohl</b>	<b>8</b>
GWÖ-Engagement 2020	8
GWÖ-Engagement 2021/2022	8
<b>Testat</b>	<b>10</b>
<b>A1 Menschenwürde in der Zulieferkette</b>	<b>11</b>
Überprüfung sozialer Risiken in der Zulieferkette	12
Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen (2021)	12
Anteil der „fair“ produzierten Produkte/Dienstleistungen	13
A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	15
<b>A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette</b>	<b>16</b>
A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	17
<b>A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette</b>	<b>18</b>
A3 Negativaspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	20
<b>A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette</b>	<b>20</b>
<b>B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln</b>	<b>22</b>
<b>B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln</b>	<b>24</b>
B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln	25
<b>B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung</b>	<b>26</b>
B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	28
<b>B4 Eigentum und Mitentscheidung</b>	<b>28</b>
B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme	29

<b>C Einführender Hinweis</b>	<b>29</b>
<b>C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz</b>	<b>29</b>
Unternehmenskultur allgemein	29
Psychische & Physische Gesundheit	31
Fachliche & Persönliche Weiterentwicklung	32
Gleichstellung & Diversität	32
Verbesserungspotenziale/Ziele:	33
C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	33
<b>C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge</b>	<b>34</b>
Verdienst	34
Arbeits- & Lebenszeit	34
Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:	36
Verbesserungspotenziale/Ziele:	36
C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	36
<b>C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden</b>	<b>37</b>
Fahrrad-Kultur	37
Ernährungskultur	37
Low-Waste & Ressourcenschonende Policy	38
Verpflichtende Indikatoren	39
Verbesserungspotenziale/Ziele:	39
C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens	40
<b>C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz</b>	<b>40</b>
C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates	43
<b>D1 Ethische Kundenbeziehung</b>	<b>43</b>
D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen	45
<b>D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern</b>	<b>46</b>

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen	51
<b>D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen</b>	<b>51</b>
D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen	53
<b>D4 Kund:innen-Mitwirkung und Produkttransparenz</b>	<b>54</b>
D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen	56
<b>E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen</b>	<b>57</b>
E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	60
<b>E2 Beitrag zum Gemeinwesen</b>	<b>61</b>
E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung	63
E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention	64
<b>E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen</b>	<b>64</b>
E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	66
<b>E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung</b>	<b>66</b>
E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation	68
<b>Ausblick</b>	<b>68</b>
Kurzfristige Ziele	68
Langfristige Ziele (3-5 Jahre)	69
<b>Über die Erstellung dieser Gemeinwohl-Bilanz</b>	<b>69</b>
<b>Anhang</b>	<b>70</b>
1. Konzept Rost Dock (2018)	70
2. Bewerbung Richard-Siegmann-Stiftung	70
3. Zeitungsartikel	70

# Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	Rost Dock
Rechtsform:	Drews & Hofmann GbR
Eigentums- und Rechtsform:	GbR
Website:	www.rost-dock.de
Branche:	Gastronomie & Veranstaltung
Firmensitz:	Rostock
Gesamtzahl der Mitarbeitenden:	10-17 Saisonarbeitskräfte
Vollzeitäquivalente:	2-3
Saison- oder Zeitarbeitende:	10-17

Umsatz:	ca. 285.000,- € (Bilanz: 2020); ca. 344.000,- € (Bilanz: 2021) <sup>1</sup>
Jahresüberschuss:	ca. 122.000,- € der Hofmann & Drews GbR (2020) [vgl. 59.571,41 € (2019)]

Tochtergesellschaften/verbundene Unternehmen: Keine  
(Mit dem angedockten KuBuS e.V. zur Förderung von Kunst, Kultur und Umweltschutz, gibt es einen Verein, der im Berichtszeitraum mehr oder weniger erfolgreich als Trägerstruktur für viele ehrenamtliche Tätigkeiten rund um das Rost Dock genutzt wurde.)

---

**Berichtszeitraum:** **2020/2021**

---

## Kurzpräsentation des Unternehmens

Das Rost Dock versteht sich als Impulsgeber zur Belebung der öffentlichen, untergenutzten Fläche am Rostocker Stadthafen. Das Konzept der Containeranlage umfasst einen Dreiklang: Eine Containerbar stellt mit ihrem (bevorzugt lokalem/regionalem) gastronomischen Angebot den wirtschaftlichen Kernbetrieb dar<sup>2</sup>. Der so geschaffene Raum wird aktiv für die kulturelle Belebung (als Plattform für Kunst & Kultur, Sport und Aktivitäten) sowie für Impulse für Umwelt- und Klimaschutz über den branchenspezifischen Radius hinaus genutzt.

Dieses Konzept haben wir - die beiden Inhaber Samuel Drews & Sascha Hofmann - direkt aus einem städtischen Maßnahmenkatalog, einer zweimonatigen Nutzer:innen-orientierten Beobachtung am Hafen sowie unseren eigenen Interessen und Fähigkeiten abgeleitet. Für die Umsetzung haben wir ein Netzwerk aus verschiedenen Akteuren aufgebaut/angezapft, welche sich zum Teil personell mit dem Rost Dock überschneiden und inhaltlich jeweils eigene

---

<sup>1</sup> jeweils nur Rost Dock (nicht gesamte Hofmann & Drews GbR)

<sup>2</sup> im Berichtszeitraum machte der Barbetrieb 90-95% des Geschäftsbetriebs der Hofmann & Drews GbR aus.

Schwerpunkte bearbeiten: Der seit 2015 bestehende KuBuS e.V. trägt viele ehrenamtliche Tätigkeiten rund um das Rost Dock (in den Bereichen Kultur & Umweltschutz), die Initiative Plastikfreie Stadt (ff. PFS; seit 2019) setzt sich für die Reduktion von Einwegplastik ein, und die Initiative #MeinHafenDeinHafen (ff. MHDH; seit 2020) engagiert sich in erster Linie für eine sensible, Nutzer:innenorientierte Ausgestaltung des öffentlichen Raumes im Rostocker Stadthafen, entgegen einer rein touristischen Verwertungslogik. Das Engagement im und am Rost Dock ist eng mit diesen Akteuren verflochten und lässt sich manchmal nicht ganz eindeutig abgrenzen. In den vergangenen Jahren stand die Überlegung im Raum, einen Großteil der Aktivitäten in einer gGmbH-Struktur zu vereinen, was als Hintergrundinformation vielleicht das Verständnis des vorliegenden Berichts erleichtert.

Als saisonale Open-Air-Location sind wir ausschließlich in den Sommermonaten von Mai bis September geöffnet und räumen die Hafenumfläche im Winter vollständig. Da die Fläche durch das Rostocker Hafenumamt nur in 1-Jahres-Verträgen vermietet wird, ist eine langfristige Planung nicht möglich. Das hat Vor- und Nachteile - auch aus GWÖ-bilanzieller Sicht.

## Produkte / Dienstleistungen

### Gastronomisches Angebot

(nahezu 100% des Umsatzes)



#### Getränke: ca. 95%<sup>3</sup>

davon ca. 16% alkoholfreie Getränke (v.a. Limos & Heißgetränke), 32% Bier<sup>4</sup>, 50% alkoholische Getränke<sup>5</sup> & 1% alkoholfreie Cocktails

#### Snacks & Eis: ca. 3,5%

### Zusätzliche Entgeltfreie Angebote:



#### Veranstaltungen: Kultur & Umweltpädagogik

Open Jazz Jam-Session (wöchentlich), Open Piano (ständig), Bands, Chöre und gelegentlich DJ-Sessions (ca. 10-25 Bands pro Saison), Umweltkindertag (Parcours Spiel zur Rettung der Welt ;))



#### Sport und Aktivitäten

XXL-Spiele (4-Gewinnt, Jenga, Mikado), Gesellschaftsspiele und Bewegungsspiele (Kubb und Pedalos), kleine Kinderecke mit dem Buddelkudder.

Des Weiteren werden Firmen- und Gruppenevents mit regionalen Partnern (Stadtpaddler, Aronia Yachting) angeboten (Anteil ist schwer zu sagen, in jedem Fall gering).

<sup>3</sup> Prozentualer Anteil am Gesamtumsatz 2021

<sup>4</sup> inklusive alkoholfreies Bier

<sup>5</sup> d.h. Longdrinks/Cocktails/Weine/Shots

## Das Unternehmen und Gemeinwohl

Den beiden Inhabern Sascha und Samuel ist es wichtig, die Gesellschaft im Sinne einer sozialen wie ökologischen Nachhaltigkeit aktiv mitzugestalten. Sascha hat 2011 seinen Bachelor in IBWL an der Uni Wien abgeschlossen und seine beiden Abschlussarbeiten über Corporate Social Responsibility und Wirtschaftsethik, als integralen Bestandteil der Wirtschaftslehre, sowie die Diskrepanz zwischen Umweltbewusstsein und umweltbewusstem Handeln geschrieben. Während seines Masterstudiums in Urban Design, ging es um partizipative und damit gemeinwohlorientierte Stadtentwicklung und das Recht auf Stadt für Alle. Samuel ist begeisterter Wassersportler, dessen Interesse seit jeher einer sauberen, müllfreien Umwelt gilt. Sein Engagement manifestierte er 2019 in der Gründung der Initiative Plastikfreie Stadt.

Dieser fachliche/biografische Hintergrund und die dazugehörige Haltung hat uns auch bei unseren Unternehmungen begleitet und resultierte in einer intuitiv 'gemeinwohlorientierten' Ausrichtung. Nun sind wir froh, dieses Bauchgefühl mit den klaren Parametern der GWÖ-Bilanzierung abzugleichen, um somit unsere Versäumnisse, aber auch Errungenschaften herauszuschälen und zu evaluieren.

### **GWÖ-Engagement 2020**

In 2020 waren wir (Helene, Samuel, Sascha und weitere Mitarbeiter\_innen) Teil des Bürgerbeteiligungsprozesses im sogenannten Rostocker Oval und haben seitdem unseren Wissensfundus zu den Wünschen und Bedürfnissen der Rostocker:innen in puncto Stadthafenentwicklung umfassend vertiefen können. Dieses Wissen fließt natürlich auch in die strategische Weiterentwicklung des Rost Docks und das Engagement der im August 2020 gegründeten Initiative MeinHafenDeinHafen mit ein. Des Weiteren war das Jahr stark von Corona geprägt und wir haben gemeinsam mit dem Team versucht, ein verantwortungsvolles Hygienekonzept für den Bar- und Veranstaltungsbetrieb zu entwickeln, das uns, den Kund:innen und der Branche Mut macht und aufzeigt, dass man trotz aller Schwierigkeiten in Zusammenarbeit mit den Ämtern den Kopf nicht in den Sand stecken muss.

### **GWÖ-Engagement 2021/2022**

Im vergangenen Jahr haben wir (Helene, Samuel und Sascha) unser Engagement in der MeinHafenDeinHafen Initiative intensiviert (umfassende Darstellung siehe Zeitungsartikel + Bewerbung RSS im Anhang). Eine besondere Anstrengung war zudem die Entwicklung des Themenareals "Achterdeck" auf der Hanse Sail 2021, mit dem wir (in enger Zusammenarbeit mit #MHDH, KuBuS e.V., PFS und der Fairtradedstadt Rostock ) recht erfolgreich den Versuch gewagt haben, auf einer stark kommerziell und konventionell ausgerichteten Großveranstaltung einen alternativen Bereich auf 1200m<sup>2</sup> zu schaffen. Hier ging es um Fairen Handel, Mitmachen & Mitgestalten, autofreie Mobilität, Präsentation von Umweltverbänden, Kunst, Kultur und vielem mehr.

Parallel zum GWÖ-Bilanzierungsprozess in 2022 hat sich Sascha für die Teilnahme mit dem Rost

Dock an der sogenannten Transformationsreise entschieden. Diese wird von der Initiative Zukunftshandeln MV in Kooperation mit dem Zukunftszentrum MV, dem KDA und der IHK zu Rostock organisiert. Sie vernetzt Unternehmen und die in zivilgesellschaftlichen Organisationen vorhandene Expertise für eine verantwortungsvolle Gestaltung von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Als Orientierung dienen die im "Zukunftsvertrag für die Welt" festgelegten 17 UN-Nachhaltigkeitsziele."

**Für Rückfragen zur Gemeinwohl-Bilanz und zum Gemeinwohlbericht könnt Ihr Euch an Sascha, Samuel oder Helene wenden:**

AP 1: Sascha Hofmann ([info@rost-dock.de](mailto:info@rost-dock.de))

AP 2: Samuel Drews ([info@rost-dock.de](mailto:info@rost-dock.de))

AP 3: Helene Nozon ([helene.nozon@posteo.org](mailto:helene.nozon@posteo.org))



# T estat



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Auditprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:



<b>Testat:</b>	<b>Externes Audit</b>	<b>Gemeinwohl-Bilanz</b>	<b>Hofmann &amp; Drews GbR</b>
	<b>M5.0 Kompaktbilanz</b>	<b>2020 (ergänzend 2021)</b>	Auditor*In: <b>Michael Pelzl</b>

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
<b>Berührungsgruppe</b>				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	A1 Menschenwürde in der Lieferkette:  10 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette:  10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette:  30 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette:  10 %
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:  50 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:  70 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:  30 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung:  0 %
<b>C: MITARBEITENDE</b>	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz:  40 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge:  40 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:  50 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:  20 %
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen:  40 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern:  40 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:  20 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz:  10 %
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:  30 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen:  30 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen:  20 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:  10 %
			Testat gültig bis: <b>31.08.2025</b>	<b>BILANZSUMME: 294</b>

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.  
TestatID: s29s1  
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)

Hamburg, 01.08.2023

**Bridget Knapper and Manfred Jotter / Executive Directors  
International Federation for the Economy for the Common Good  
e.V, VR 24207**



# A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

## Auswahl von Lieferant:innen

Grundsätzlich werden alle entgeltpflichtigen Produkte/Dienstleistungen am Rost Dock zugekauft. Dabei orientieren wir uns an der groben Leitlinie Lokal & Regional vor Bio, und Bio vor Konventionell<sup>6</sup>. Dies gilt sowohl für die Auswahl von Dienstleister:innen, Künstler:- und Musiker:innen, als auch für Getränke, Lebens- & Reinigungsmittel. Leider ist es in Rostock, und natürlich besonders im Handel mit alkoholischen Getränken, schwierig, Händler:innen für hochwertige und sozial wie ökologisch nachhaltig produzierte Waren zu finden. Die Auswahl der Lieferant:innen läuft nach einer Art Ausschlussprinzip, indem wir versuchen, die jeweils beste Alternative einer Branche auszuwählen.

Unser Hauptlieferant, der Großhandel Gülzow, ist ein Rostocker "Traditionsbetrieb" und geht nach unserem Wissen mit Kund:innen und Mitarbeiter:innen sehr fair um (bspw. freiwillige Lohnfortzahlung in der Corona-Zeit bei Kurzarbeit von 90%)<sup>7</sup>. Bei den Produkten richtet er sich stark nach dem Marktbedarf und hatte dementsprechend leider (bis 2022) kaum Bio- oder Fairtrade-zertifizierte Ware im Angebot. 2020/21/22 haben wir in einer Mail unseren Wunsch nach mehr Bio und/oder fair gehandelter Ware angesprochen. Diesem Wunsch konnte bisher aufgrund der geringen Abnahmemenge nicht nachgegangen werden, weswegen wir nach wie vor benötigte Produkte über unterschiedliche Wege kleinteilig beziehen (vgl. auch A3).



<sup>6</sup> Zum Beispiel haben wir 2021 Schöfferhofer Grapefruit komplett durch das Strandräuber Sanddorn-Radler (der Stralsunder Störtebeker Brauerei) ersetzt.

<sup>7</sup> lt. Bericht eines Mitarbeiters

## Überprüfung sozialer Risiken in der Zulieferkette

In Bezug auf die Menschenwürde können wir durch den stetigen und direkten Austausch mit unseren Lieferant:innen soziale Risiken (in begrenztem Umfang) überprüfen und evaluieren. Im Rahmen der Erstellung des GWÖ-Berichtes wurden alle Lieferant:innen kontaktiert und bezüglich der Zertifikate und Herkunft der Produkte befragt. Bei fehlenden Auskünften haben wir selbst recherchiert. Da unser Beschaffungsmanagement bisher nicht systematisch auf die Überprüfung von Gemeinwohlverträglichkeit ausgerichtet war, fällt es uns zugegebenermaßen schwer, die Qualität unserer Lieferketten quantitativ aufzuschlüsseln.

## Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen (2021)<sup>8</sup>

Lieferant:innen	Bruttobetrag in €	Anteil in %	Bewertung A1	Bewertung A3	Bewertung C1
<b>Lebensmittel &amp; Getränke</b>					
Guelzow	55.300,00	63,84	Basislinie	Basislinie	Erste Schritte
Dajoirma	ca. 1.030,00	1,19	Fortgeschritten	Erfahren	Fortgeschritten
Bio Frischemarkt	ca. 150,00 (manchmal bar)	0,17	Fortgeschritten	Erfahren	Erste Schritte
VEIS	5.472,00	6,32	Fortgeschritten	Fortgeschritten	Fortgeschritten
Weine & Mehr	3.600,00	4,16	Erste Schritte	Erste Schritte	Erste Schritte
Weingut Mohr-Ruttig	650,00	0,75	Erste Schritte	Fortgeschritten	Erste Schritte
Sushi	2.535,00	2,93	Basislinie	Basislinie	k. MA
<b>Gastrobedarf</b>					
Selgros	2.679,00	3,09	k.A.	k.A.	k.A.
Rossmann/Edeka/dm & Co	1.460,00	1,69	k.A.	k.A.	k.A.
IKEA	346,00	0,40	k.A.	k.A.	k.A.

<sup>8</sup> Hier handelt es sich (der Vollständigkeit halber) zum Teil um einen Mix an Daten aus 2021 & 2020. Die Bewertung der Zulieferer in den letzten 3 Spalten ist eine *intuitive* Einschätzung unsererseits aufgrund von ersten Recherchen & direkten Gesprächen, die jedoch ohne Gewähr oder Anspruch auf Vollumfänglichkeit ist.

„Hardware“					
Terrasse	ca. 5.100,00	5,89	k.A.	k.A.	k.A.
Container-Logistik	6.100,00	7,04	k.A.	k.A.	k.A.
WC-Container (baupunkt)	2.200,00	2,54	k.A.	k.A.	k.A.
„Software“					
Müllentsorgung: SR	ca. 250,00	0,29	k.A.	k.A.	k.A.
Steuerberater:in	1.4390,00	16,61	k.A.	k.A.	k.A.
Kassensoftware: Orderbird	ca. 500,00	0,58	k.A.	k.A.	k.A.
Greensta Webhost	146,59	0,09 %	k.A.	k.A.	k.A.

### Anteil der „fair“ produzierten Produkte/Dienstleistungen

Da die Herstellung vieler Produkte lokal/regional (z.B. veganes Eis, Großteil der Bier-Sorten, fritz limo, Röstung des Kaffees) oder zumindest in Europa (z.B. Bio-Obst & -Gemüse) erfolgt, sollten die Produktionsbedingungen zumindest dem europäischen Mindeststandard entsprechen und „fair“ produziert sein. Anders sieht es bei den ursprünglichen Rohstoffen der einzelnen Produkte aus (siehe Negativaspekt). Die Kaffeebohnen haben zwar kein Fairtrade-Siegel, werden aber immerhin direkt von Bio-Bauern bezogen.

Dienstleistende wie Terrassenbauer, Spediteure & Großhandels-Lieferant:innen sind regional ansässige Unternehmen, mit denen wir seit vielen Jahren zusammenarbeiten.

Fair mit Zertifikat/Siegel 0%

(Gemessen am Umsatz haben die meisten unserer Produkte keine Zertifikate.  
Insbesondere die Spirituosen fallen hier negativ auf und ins Gewicht.)

Fair ohne Siegel ca. 70 %  
mutmaßlich, weil regional  
produziert

Regionales Produkt (Auszug)	Anteil am Umsatz (2021) in %
Fritz Limo	16,9 <sup>9</sup>
Veis-Eis	3,0

<sup>9</sup> auch der Anteil an Limos, die als Filler in Cocktails gehen. 25% des gesamten fritz-umsatzes sind BIO-Zertifiziert

Viva Con Agua	2,0
Heißgetränke (Bio-Kaffee aus lokaler Rösterei <sup>10</sup> , z.T. mit Bio-H-Milch oder Bio-Hafermilch, Bio-Tee & nicht faire Schokolade)	1,6
Störtebeker Biere (auch Biermixe)	22 <sup>11</sup>
Hoppen & Molt (Warnemünder Brauerei)	0,4
Wein & Weinschorle	6,5
<b>Kritisch zu bewerten:</b>	
Rostocker & M&O	13 <sup>12</sup>
Longdrinks & Cocktails	26 <sup>13</sup>

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Anstelle des konventionellen Obst & Gemüses vom Großhändler, haben wir nach Möglichkeit Bio-Produkte von kleineren Händler:innen bezogen, allerdings z.T. noch lückenhaft. Wir haben unseren Hauptlieferanten wiederholt aufgefordert, mehr faire und Bio-Produkte ins Sortiment aufzunehmen (2022 wurde das Sortiment tatsächlich in Maßen entsprechend erweitert).

Es gab auch einen kleinen Modellversuch, einen (möglichst) fairen Caipirinha anzubieten. Es blieb aber bei der Recherche und Bestellung der entsprechenden Zutaten und der Preiskalkulation, da der Verkauf dieses dann sehr teuren Getränkes eine intensive Kommunikationsarbeit mit den Gästen vorausgesetzt hätte, die unsere Kapazitäten in der Saison überstieg.

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Konsequentes Monitoring von allen Spirituosen, Getränken & Lebensmitteln sowie Recherche nach fairen Alternativen.

(In 2023 laufen bestehende Vertragsbindungen aus, sodass die Beschaffung sich nach strikteren Regeln und Prinzipien ausrichten kann. Bei den Fillern für die Cocktails haben wir unmittelbar die Möglichkeit, vorwiegend auf Bio-Limos und Bio-Säfte zu setzen. Auch für Weine und Snacks sollen noch bessere Alternativen recherchiert werden.)



<sup>10</sup> ohne fairtrade-Label (aber faire Preise), nur aus Kostengründen kein Zertifikat - Rösterei zu klein

<sup>11</sup> 75% der Störtebeker-Produkte sind Bio-zertifiziert

<sup>12</sup> Wo die Radeberger-Gruppe Hopfen & Weizen bestellt, ist nicht bekannt. Ukraine/Russland?

<sup>13</sup> Anteil entsprechend der Bestellliste aller Spirituosen im Verhältnis zur Gesamtbestellmenge

- bessere Einbindung der Beschaffung von nachhaltigen Alternativprodukten (Fair/Bio) von kleineren Händler:innen in die wöchentliche Arbeitsroutine, damit weniger auf konventionelle Produkte zurückgegriffen werden muss.
- Vorab-Prüfung von Cocktails und Speisen, die neu auf die Karte kommen, auf GWÖ-Kompatibilität (z.B. Pommes aus regionalen Bio-Kartoffeln mit demeter-Sesam und veganen, z.T. selbstgemachten Soßen)
- stärkere saisonale Anpassung bzw. Streichung von Cocktails und Speisen (z.B. Erdbeer- / Blaubeer-Caipi)

Verbesserungspotentiale in Bezug auf die Beschaffung werden nun in regelmäßigen Abständen evaluiert. Bevorzugt werden als Zulieferer regionale Unternehmen in angemessener Größe (z.B. Familienunternehmen). Alle diese Regeln des Beschaffungsmanagements werden offen an die Zulieferer kommuniziert, auch um proaktiv die Aufmerksamkeit für Nachhaltigkeitsthemen zu schärfen und von den Zulieferern relevante Informationen abfragen zu können. Es sollte diskutiert werden, inwiefern Ressourcen für das Nachhaltigkeitsmanagement im Unternehmen freigestellt werden sollten/können.

#### **A1 Selbsteinschätzung:**

#### **Erste Schritte (1 Punkt)**

## A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Wir können nur zum Teil bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant:innen nicht verletzt wird: Für Limos größtenteils ja, für Biere jein, für Spirituosen leider nein, da wir weder alle Rohstoffe kennen, noch wissen, wo und unter welchen Bedingungen diese bezogen werden. Etliche Produkte sind leider weder fair noch bio produziert (z.B. Trinkschokolade, Rohrzucker, Gurken, Zitrusfrüchte etc.), wobei wir bei letzteren, wie gesagt, bereits Alternativen ausgelotet haben. Generell kennen wir die Lieferketten bei vielen unserer Produkte bisher nicht und können nur jeweils Aussagen über das uns am nächsten stehende Glied der Zulieferkette treffen. Wir beantworten daher bestmöglich folgende Fragen gemäß Vollbilanz:

*Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?*

Alle Produkte (v.a. Getränke), die Rohstoffe enthalten, welche außerhalb der EU bezogen werden. Namentlich: diverse Spirituosen (z.B. Beispiel Pampero Rum aus Venezuela, Kaffee, Kakao, Rohrzucker, z.T. Biere & Limos).

*Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?*

Der Anteil der regionalen Bio-Erzeugnisse wird sukzessive erhöht, da so ausgeschlossen werden kann, dass die Rohstoffe außerhalb der EU bezogen werden und somit menschenunwürdige Arbeitsbedingungen in Kauf nehmen. Sofern Rohstoffe außerhalb der EU bezogen werden, wollen wir weitestgehend auf faire Siegel achten.

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant bzw. ethisch unbedenklich sind:

Siehe Tabelle "Regionales Produkt (Auszug)"

**A1 Negativaspekt Selbsteinschätzung:**

**-50 Punkte**

## A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Um einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten entlang der Zulieferkette zu fördern, arbeiten wir nach Möglichkeiten mit regionalen Herstellern und Händler:innen zusammen, die wir auch persönlich kennen und denen wir nach jahrelanger Zusammenarbeit vertrauen (siehe A1). Wenn wir spontan einen Bedarf erkennen, vernetzen wir Zulieferer/Dienstleister/andere Akteure miteinander und fördern so lokale Synergien.

Ähnlich zu A1 gibt es keine systematische Überprüfung von A2-relevanten Risiken, aber individuelle Recherchen und Gespräche. Auf Missstände reagieren wir mit der strategischen Aus- bzw. Abwahl von Anbietern und dem Umschwenken auf Alternativen. Ein Beispiel: Da die "lokale" Rostocker Brauerei zum Großkonzern der Radeberger Gruppe gehört, haben wir uns strategisch dazu entschlossen, von der Radeberger Gruppe lediglich zwei lokale Biere (in Rostock abgefüllt und hergestellt) ins Sortiment aufzunehmen und alle anderen Radeberger Produkte auszuschließen. Partnerschaften sind wir - unter Hinweis auf unsere Produktansprüche (lokal/regional > bio > konventionell) nur mit Handelsvertreter:innen eingegangen, die bereit waren, auf Exklusivverträge (für den alleinigen Ausschank von Radeberger Produkten) zu verzichten.

**Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt:**

Mit Label	2 %
Ohne Label, aber dennoch mutmaßlich solidarisch & gerecht (vgl. auch A1)	<p>Heißgetränke: ca 90% (Kaffe, Milch, Tee ++ Kakao, Zucker --)</p> <p>Cocktails und Longdrinks: 6,3 % (Filler sind z.T. Bio und solidarisch, z.B. Fritz Rhabarber &amp; Viva con Aqua)</p> <p>Alkoholfreie Getränke: 4,3 % (Apfel- und Rhabarberschorle)</p> <p>Snacks: 30%, Erdnüsse (seit 2021 Bio, Unverpackt &amp; Fair)</p> <p>Störtebeker Biere: 22 % (davon sind 75% Bio-Zertifiziert)</p>

Regionale Produkte wie Eis und andere sind durch den Einsatz von regionalen Rohstoffen und den Verzicht auf tierische Inhaltsstoffe gewissermaßen auch solidarisch.

### **Anteil der Lieferant\*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden**

Ist für uns nach derzeitigem Kenntnisstand sehr schwer einzuschätzen (siehe A1 Tabelle). Solange wir von unserem Großhändler regionale Produkte beziehen, wie zum Beispiel von Störtebeker oder fritz Kola, bei denen uns wiederum Produktionsprozesse und Menschen hinter den Unternehmen weitgehend bekannt sind, können wir uns bis zu einem gewissen Grad für einen solidarischen und fairen Umgang verbürgen.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Weitere Produkte der Radeberger Gruppe wurden (z.T. ersatzlos oder im Tausch gegen regionale Alternativen) aus dem Sortiment gestrichen. Erdnüsse werden seit 2021 von einem lokalen Unverpackt-Laden bezogen<sup>14</sup>.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- stärkere Formalisierung der Leitlinien unseres Beschaffungsmanagements (inkl. aller Aspekte aus A1-A4) für deutlichere Kommunikation mit Zulieferern
- denkbar: Treffen mit allen lokal ansässigen Getränkeshändlern mit einem thematischen Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit

### **A2 Selbsteinschätzung:**

### **Erste Schritte (1 Punkt)**

## **A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant\*innen**

Das Unternehmen kann versichern, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt und die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant:innen nicht ausgenutzt wird. (Die positive Möglichkeit, auf Lieferant:innen Druck zu erzeugen, mehr auf nachhaltige Produkte zu setzen, wird genutzt.

---

<sup>14</sup> Stand 2022: Dieser Laden musste leider mittlerweile wieder schließen.

# A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

## Ökologische Kriterien für die Auswahl von Rohware, Produkten und Dienstleistungen

Rohware, Produkte und Dienstleistungen werden zunächst nach dem Faktor der Regionalität ausgewählt (Stichwort kurze Lieferketten und lokale Infrastruktur). Zweites Kriterium ist dann je nach Verfügbarkeit die Erfüllung von Bio-/Fairtrade-Standards. Falls vorhanden, werden vegane Alternativen mitgedacht, zum Teil auch bevorzugt (z.B. bei Nacho-Soßen). Kostenfreie Merchandise-Produkte von Branchen-Vertreter:innen werden i.d.R. abgelehnt, um unnötigen Müll zu vermeiden. Wir haben eine ausgeprägte Reparatur-Kultur und scannen (z.B. für Mobiliar, Werkzeuge, Geschirr) stets zunächst Kleinanzeigen und Freundeskreise, bevor wir Neuanschaffungen tätigen.

Das Sortiment unseres Hauptlieferanten Guelzow richtet sich, wie gesagt, stark nach dem Marktbedarf und hatte dementsprechend leider (bis 2022) kaum Bioware im Angebot. Nach kontinuierlicher Nachfrage unsererseits, hat Guelzow in 2022 Bio-H-Milch und Hafermilch mit in das Sortiment aufgenommen. Auch der Großmarkt Selgros hat mittlerweile sein Bio-Sortiment erweitert (Stand 2022). Seit 2020 beziehen wir hier nach Möglichkeit Bio-Produkte (Tee), aber auch konventionelle, z.B. Nachos & Soßen. In 2020 gab es den Versuch, frische Demeter-Milch und Natumi-Bio-Hafermilch direkt über unseren Kaffeeröster zu beziehen. Die kurze Haltbarkeit der Bio-Frischmilch hat uns aber wieder davon abkommen lassen (Stichwort Lebensmittelverschwendung).

In unserer Branche (Gastronomie mit Fokus auf Barbetrieb) beziehen alle Rostocker Unternehmen weitestgehend bei denselben 3-4 Großhändlern. Hier haben wir im Vergleich die jeweils ökologisch nachhaltigsten Produkte aus den Sortimenten ausgewählt. Gerade hinsichtlich der Vermeidung von Verpackungsmüll sind wir (nach unserer Einschätzung) konsequenter als vergleichbare andere Betriebe.

## Überprüfung ökologischer Risiken in der Zulieferkette

Ökologische Risiken werden bisher nicht systematisch überprüft - unsere Betrachtung endet im Prinzip bei den uns am nächsten stehenden Gliedern der Zulieferkette, bei denen wir die Möglichkeit haben, im direkten Gespräch Nachfragen zu stellen. Bei einigen Produkten können wir aufgrund vorhandener Bio-Siegel (deutsches bzw. europäisches BIO-Siegel) die Einhaltung grundlegender Nachhaltigkeitskriterien ("Regionalität" & Verzicht auf synthetische Pflanzenschutzmittel) bis hin zur Rohstoffebene annehmen.

### Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind<sup>15</sup>:

- fritz (17%) davon vegan (100%), davon bio<sup>16</sup> (25%)
- Säfte von Bauer (3%) davon regional (12%)
- Viva con Agua 2% davon gemeinnützig (100%)
- Biere (38%) davon regional & partiell bio aus Rostock und Stralsund (99%) → (nur Produkte, die vorübergehend nicht lieferbar sind, werden durch überregionale Produkte ersetzt) ( 23% Störtebeker Produkte → davon ca. 75% Bio siehe Tabelle A1)
- Gebäck und Snacks (2%): unverpackte Erdnüsse (seit 2021 ca. 30%), sonst konventionell
- Kartoffeln: bio & regional für Pömmes (erst in 2023)
- Weine: (ca. 6,5-8%) davon nur der Rose bio (ca. 8%)
- Kaffee(2%) davon regional geröstet und biologisch produziert (100%)
- Mitarbeiter:innverpflegung: durch lokalen Pizza-Lieferdienst (Fahrradlieferung & viele vegane Optionen)
- Obst und Gemüse von Gülzow, mittlerweile bei Bio- frisch oder Wochenmarkt (konsequenter seit 2022)
- regionale Blumen vom Kleinbauer auf dem Wochenmarkt für Tischdeko
- Domainanbieter für Homepages & E-Mail-Dienste: Ökowebhosting → Server mit 100% Ökostrom (siehe greensta.de)

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt (zusätzlich zu den in A1 genannten Maßnahmen):

- Sortiment-Umstellung: vom portugiesischen Riesling zum Riesling aus der Pfalz & vom Rosé-Wein aus der Pfalz zum Bio-Rosé-Wein aus der Pfalz; von Schöffelhofer Grapefruit zu Strandräuber Sanddorn
- wiederholte Anfrage an Hauptlieferanten, das Sortiment um vegane & Bio-Produkte zu erweitern (mit Erfolg)
- Sanitäreanlagen: Trotz eines erheblichen Mehraufwandes an Personal wurde an ökologischen, wassersparenden Trenntoiletten festgehalten. (Allerdings haben wir uns 2022 von diesem Toiletten-Modell zum Teil verabschiedet, weil das Verhältnis von Aufwand zu Nutzen und auch zur Gästezufriedenheit nicht mehr tragbar war (#2-Schritte-nach-vorne-einen-zurück. Siehe: <https://rost-dock.de/2022-verantwortung/>)
- Recherche zu plastikfreien Alternativen der Ladungssicherung bei Warenlieferungen (bisher ohne Erfolg → ggfs. fortsetzen)

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

Das größte Verbesserungspotential liegt bei den Spirituosen. Hier wurden in 2022 erste Anstrengungen unternommen, kleinere, regionale Anbieter zu finden und auszuprobieren (z.B. Dicky Bird Gin von der Weser, Green Label Partisan Vodka aus Erfurt sowie erste Gespräche mit einem regionalen Händler zu alternativen Rum-Angeboten und einer Brennerei aus Berlin mit 5l-Mehrwegballons. Diese Anstrengungen werden dank des GWÖ-Ansporns in 2023 vertieft.

<sup>15</sup> Die Angaben basieren auf der fast vollständigen Bestellliste. Die Bioanteile beziehen sich auf die absolute Menge des jeweiligen Produktes.

<sup>16</sup> EU-Siegel und deutsches Bio-Siegel (entsprechend der Inhaltsstoffe z.B. Zucker und Rhabarber)

**A3 Selbsteinschätzung:****Fortgeschritten (2 Punkte)**

## A3 Negativaspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Auch wenn uns, wie bereits erwähnt, eine Vielzahl der Rohstoffe in den Produkten und damit auch deren Lieferketten als solches nicht bekannt sind, gehen wir davon aus, dass wir keine Produkte/Dienstleistungen zukaufen, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen.



## A4 **Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette**

Hinsichtlich der Förderung eines transparenten und partizipativen Umgangs aller Beteiligten entlang der Zulieferkette miteinander begrenzt sich unsere Einflussnahme auf die strategische Auswahl von Vertrags-/Handelspartner:innen (s. A1-3) und den direkten persönlichen Kontakt mit den meisten Zulieferern und Händler:innen bzw. ihren Mitarbeitenden. Dadurch, dass wir nicht exklusiv an bestimmte Produkte gebunden sind, könn(t)en wir bei offenkundigen Missständen fast jederzeit auf bessere Alternativen umsteigen, auch wenn wir prinzipiell im Raum Rostock recht stark von den wenigen vorhandenen Großhandelsunternehmen abhängig sind. Weitere Möglichkeiten, auch zur Überprüfung eventueller Missstände, gilt es nochmal gemeinsam zu klären.

**Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt:**

(Vermutlich) 0%, wobei die Unternehmen laut ihrer Nachhaltigkeitsreporte zum Teil für Transparenz und zumindest flache Hierarchien stehen, wie z.B. fritz<sup>17</sup>

### **Anteil der Lieferant:innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden**

Die Auswahl hat eher nach Sympathie und Intuition stattgefunden und dementsprechend ein gewisses Vertrauen in eine "anständige" Form des Wirtschaftens vorausgesetzt. Hier muss definitiv nachgearbeitet werden. Mit unserem Kaffee-Lieferanten z.B. haben wir uns im privaten Gespräch über die Herkunft seiner Kaffeebohnen und die Vor- & Nachteile von Siegeln ausgetauscht.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Durch den engen, fast freundschaftlichen Kontakt zu Lieferant:innen (Gülzow Großhandel seit 2013, Kaffeerösterei seit 2015, Zeltbauer seit 2013), Händler:innen und Dienstleistenden, können viele negative Parameter im Sinne der GWÖ-Evaluierung ausgeschlossen werden. Konkrete Maßnahmen wurden jedoch nicht ergriffen und insbesondere in Bereichen, für die uns keine Siegel/Label vorliegen, steht eine Überprüfung weiterer Kettenglieder der Zuliefererkette noch aus.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Formalisierung unseres Anspruchs an einen transparenten, solidarischen und partizipativen Umgang der Akteure entlang der Zulieferkette als Basisinfo für Zulieferer
- evtl. Sortiment-Erweiterung/Umstellung (erste Alternativen bereits im Verlauf des diesjährigen GWÖ-Prozesses getestet, um im nächsten Jahr eine verbesserte Produktauswahl vornehmen zu können)<sup>18</sup> → mehr Produkte GWÖ-bilanzierter Unternehmen aufnehmen (Recherche z.B. bei Wein, Spirituosen und Bier)

### **A4 Selbsteinschätzung:**

### **Erste Schritte (1 Punkt)**

---

<sup>17</sup> siehe [https://www.about-drinks.com/wp-content/uploads/2022/06/fritz-kola\\_Nachhaltigkeitsbericht-2022.pdf](https://www.about-drinks.com/wp-content/uploads/2022/06/fritz-kola_Nachhaltigkeitsbericht-2022.pdf)

<sup>18</sup> Beispielsweise: Von Fritz Limo auf Premium Kola oder Voelkl/Biozisch; Spirituosen aus regionalen Destillen mit transparenteren Lieferketten; Kartoffeln von regionalen (Klein-)Bauernhöfen für Pömmes.



## **B1** Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

### **Finanzierung & Eigenkapital**

Die Startfinanzierung der Unternehmung „Rost Dock 800“ im Jahr 2018 fußt zu einem sehr hohen Teil (ca. 80%) auf Eigenkapital, das erarbeitet und angespart wurde, von eigener Arbeitsleistung. Die anderen 20% wurden als Anschubfinanzierung in Form von BKZ (Betriebskostenzuschuss) durch die Getränke- und Spirituosenpartnerschaften im Jahr 2018 abgedeckt (ca. 20.000 € Fritz

Kola, Diageo, M&O). Alle bisher umgesetzten Projektvorhaben innerhalb der Unternehmung „Rost Dock“ wurden ohne Kredite und damit einhergehende Finanzrisiken bewerkstelligt.

Da bei Gründung des Rost Docks 2018 die Förderanträge nicht bewilligt wurden und es keine weitere Unterstützung von der Stadt gab, werden seither 90-96% der Eigenmittel durch den gastronomischen Betrieb generiert. Im Rahmen der #MHDH-Initiative wurden wir gelegentlich für gewisse Arbeitspakete engagiert und auch bei anderen Aktivitäten rund um das Rost Dock und am Hafen konnten (seit 2021) Fördergelder erfolgreich beantragt werden.

Anteil Eigenkapital in Prozent	100 % (zu jeweils 50% bereitgestellt durch die Privatpersonen Drews & Hofmann)
Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche	34 % ("Sonstige Dienstleistungen", siehe statista)
Fremdfinanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (Angaben in Tsd. EUR und in % vom Fremdkapital)	0 %

### **Ethisch-Nachhaltige Bewertung der Finanzpartner:innen**

Unsere Finanzpartner:in (besser Geldverwahrer:in) haben wir aus ethischen Gründen im Jahr 2020 gewechselt (von der Commerzbank zur Ostseesparkasse), trotz schlechterer Serviceleistungen für bargeldintensive Betriebe. Dies war ein Kompromiss zwischen Praktikabilität und ethischer Bank. Ethische Banken bieten bisher für bargeldintensive Betriebe unzureichende Dienstleistungen an.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

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

- Situation mit ethischen Banken im Blick behalten und ggf. die privaten Konten auf eine ethische Bank umstellen
- Jegliche Produktbindung ist mit dem Jahr 2022 erloschen. Wenn keine weiteren Verträge geschlossen werden, ist im Jahr 2023 eine nahezu vollständige Unabhängigkeit gewährleistet.

### **B1 Selbsteinschätzung:**

**Erfahren (5 Punkte)**

# B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

## Deckung notwendiger Zukunftsausgaben & zusätzliche Risikovorsorge

Für unsere bisher identifizierten Zukunftsaufgaben benötigen wir keine Kredite und werden auch keine nehmen, solange wir nur eine einjährige Vertragsgrundlage haben. Die gebildeten Rücklagen sollen ausreichen, um ein Jahr bedingungsloses Grundeinkommen (1000,00€/mtl.) für die Geschäftsführer (GF) zu sichern, falls eine Aufstellungsgenehmigung nicht erteilt wird. Dabei verfolgen die GF ein solidarisches Modell, bei dem die Einkünfte bedarfsorientiert an die Lebensumstände angepasst werden. Es wird ein saisonales Startkapital von jährlich etwa 15 bis 20 Tsd. Euro benötigt.

## Ansprüche der Eigentümer:innen an Kapitalerträge

Es gibt keine Eigentümer:innen außer Drews und Hofmann. Sie stellen keine Ansprüche an Kapitalerträge. Der erwirtschaftete Gewinn wird zum Leben verwendet und entsprechende Rücklagen für das darauffolgende Jahr gebildet.

## Verpflichtende Indikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (nach langfristigen Rückstellungen) :

Langfristige Rückstellungen wie Altersvorsorge haben wir bisher noch nicht vorgenommen/vornehmen können. Nach den Entnahmen der Gesellschafter von ca. 83.000,00€ haben wir ca. 41.200,00 € auf dem Konto (2020) für die kommende Saison (sowie ggf. Rückforderungen der Corona Hilfen) liegen lassen. Der Gesamtbedarf für die Saisonstartfinanzierung: liegt ungefähr bei 15.000-20.000,00 €.

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (zum Erhalt des Betriebs also seine Überlebensfähigkeit bzw. Zukunftsfähigkeit):

Lohn für den Aufbau ca. 5000,00 € (inkl. GF's)  
 Transportkosten Aufbau (10 Container) 2000,00 €  
 Auslagen Ware für den Start ca. 7000,00 €  
 Wechselgeld min. 2500,00 €  
 Mieten & Gebühren ca. 500,00 €  
**Gesamt ca. 17.000,00 €**

Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben:

ca. 1000,- € (Arbeitsleistung und Personalkosten für zeitliche Aufwendung zur Erstellung einer Strategie)

Anlagenzugänge :	ca. 10.000,00 EUR
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn):	30.000 (Hofmann)+40.800 (Drews)+ 2x5000,00 € (Einmalzahlung)=80.800 Entnahmen → 41.200,00 an Rücklagen (2020)
Auszuschüttende Kapitalerträge (in % vom Stamm- oder Grundkapital):	0 %

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Da wir bisher kaum mit betriebswirtschaftlichen Kennzahlen arbeiten und auch keine Auswertung eben dieser mit unserem Steuerberater vornehmen, ergibt sich für uns immer erst 2-3 Jahre rückblickend ein klareres Bild von dem Geld, was wir auf der Bank oder in der Hosentasche zur freien Verfügung haben oder welches im Anlagevermögen gebunden ist bzw. an Steuern und Krankenversicherungsbeiträgen zurückgezahlt werden muss. Grundsätzlich hätten wir gerne einen besseren und aktualisierten Überblick über die Finanzen. Da die Vertragslage kurzfristig ist und die Saison sehr stark wetterabhängig, lohnt es sich nicht, viel „herumzuprognostizieren“. Derzeit überweisen wir uns 3.400,- € monatlich (brutto). Allein durch Einkommenssteuer (1.100,- €) und Krankenkassenbeiträge (899,- €) ist ein großer Teil aufgebraucht. Unseren Mitarbeitenden geben wir einen überdurchschnittlich (branchenbezogen) hohen Stundenlohn, ohne dass Berufserfahrung vorausgesetzt wird.

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

Längerfristige Verträge und ein besserer Überblick über die Geldmittel würden Potentiale für eine noch fairere Lohnverteilung und mögliche Zukunftsinvestitionen freilegen. Mitarbeiter:innen, die seit mehreren Jahren am Rost Dock arbeiten, bekommen entsprechend mehr Gehalt. Mehr Verantwortung und Engagement werden entlohnt. Uns auf dieser Ebene weiterzuentwickeln, ist unser Ziel und der GWÖ-Prozess soll dabei helfen. Gewinnbeteiligungskonzepte sind nicht ausgeschlossen.

Altersvorsorge der Eigentümer ist bisher nicht erfolgt und wird völlig unzulänglich berücksichtigt. Auch hier ist unser Ziel, in Zukunft versteckte Kosten aufzudecken und für die eigene Vorsorge entsprechende Rücklagen zu bilden.

### B2 Selbsteinschätzung:

**Vorbildlich (7 Punkte)**

## B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Das Rost Dock kann bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln bei stabiler Gewinnlage fair erfolgt ist.

# B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

## Investitionen in eigene Anlagen mit ökologischem Verbesserungspotenzial

Alle unsere Investitionen haben wir nach ökologischen Gesichtspunkten abgewogen. Wir verfolgen viele Sharing-Modelle (Eiswürfelmaschinen-Sharing, Car-Sharing, Kitchen-Sharing (Bsp. Sushi), Werkzeug-Sharing usw.; die Schirme, Kühlschränke und weitere nur saisonal benötigte Gerätschaften werden gemietet), setzen auf Leasing oder Miete und kaufen/investieren erst in letzter Instanz. Beim Neukauf wird sich gelegentlich für eine bequeme Variante entschieden, statt genau auf Hersteller und Produktionsverhältnisse zu achten (z.B. Gastroartikel wie Spülmaschine und Fritteuse, und andere technische Gerätschaften). Kleinanzeigen und Sperrmüllhaufen werden allerdings nach wie vor durchforstet.

## Konkrete Investitionsmaßnahmen<sup>19</sup>

	ökologisch	sozial
➤ Kühlcontainer (7.000,- €   2020)	0 % (13 Jahre alt, gebraucht)	30% (Arbeitserleichterung beim rangieren der Kisten)
➤ Pömmescontainer (ca. 8.000,- €   2020)	0 % (vegan, vegetarischer Angebot)	20% (Neuer Arbeitsplatz)
➤ Dachgarten (ca. 5.500,- €   2020)*	100 %	20% (die Bar ist besser klimatisiert)
➤ Lastenradanhänger (5.500,- €   2021)*	100 %	40% (leichter zu beladen)
➤ Fahrradflotte (Orbea sw 850,- € & Orbea bl 550,- €   2020)*	100 %	15 % (Zugräder für den Lastenradanhänger)
➤ Lastenrad GF SD (3.300,- €   2021)*	100 %	-

<sup>19</sup>Gesamtsumme: 28.800,- €. Mit \* markierte Investitionen (= 17.200,- €) bedeuten eine unmittelbare ökologische Verbesserung.

➤ Mehrwegbecherdepot (ca. 1.500,- €   2020)*	100 %	-
➤ Rechner GF SH (2.100,- €   2021)	0 %	10 % (Arbeitserleichterung gegenüber altem Rechner)

### (Förder-)Mittel für die Realisierung

Zur Realisierung unserer Projekte (z.B. Dachgarten) greifen wir häufig im großen Umfang auf Eigenmittel/Rücklagen zurück. Eine Übersicht über Fördermittelgeber fehlte weitgehend. Was die Fördermittelbeschaffung angeht, werden wir aber immer besser (z.B. Kleinlastenradförderung für den Lastenradanhänger).

### Beteiligung an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte

Direkt als Unternehmen sind wir an solchen Formen nicht beteiligt. Wir haben in den letzten drei Jahren die Containeranlage zur Stärkung regionaler Netzwerke genutzt. Im Einzelnen haben die GFs Mikrokredite an Kleinunternehmer:innen gegeben, die sich eine Existenz aufbauen wollten oder deren Existenz gefährdet war (jeweils 2.000,- € im Jahr 2020).

### Verpflichtende Indikatoren

Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf:	0,- €
<hr/>	
Realisierung der ökologischen Investitionen (in €)	Insges. ca. 17.200,-€ <sup>20</sup>
& % des Bedarfs	100 %
<hr/>	
Finanzierte Projekte	0,- €
<hr/>	
Fonds-Veranlagungen	0,- €
<hr/>	

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

In 2020 konnten wir auf ein einheitliches Mehrwegbechersystem von FairCup umsteigen<sup>21</sup> sowie einen Dachgarten bauen und auf unserem Barcontainer installieren. Desweiteren haben wir einen verlässlichen Partner für die Kompostierung der Hinterlassenschaften von unseren Ökoklos

<sup>20</sup> Das umfasst die oben mit \* markierten Investitionen und entspricht ca. 60% der insgesamt dort aufgelisteten Investitionen, wobei der Kühlcontainer evtl. hier noch anteilig mit draufgerechnet werden könnte (Verbesserung im Sinne der Arbeitssicherheit & der Kühlleistung, aber nicht unbedingt in ökologischer Hinsicht).

<sup>21</sup> (Zuvor hatten wir unterschiedliche, gebrandete Mehrwegbecher von Spirituosen-Händlern im Gebrauch.)

(finizio) gefunden. 2021 haben wir uns für die Eiswürfeltouren und gelegentliche Fahrten zum Lager einen E-Lastenradanhänger (Carla Cargo) besorgt.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Längerfristige Verträge und ein besserer Überblick über die Geldmittel würden Potentiale für zukunftsfähige Investitionen freisetzen (z.B. möglichst autarke Stromversorgung durch Solar; mehr Dachgärten, damit weniger Kühlleistung erforderlich ist; Wasserauffangmanagement für Toiletten und Pflanzenbewässerung). Andererseits ist unser Konzept, von der Hand in den Mund zu leben, bisher aufgegangen ohne Schulden zu machen. Dies entschleunigt unsere Wachstumsmöglichkeiten hoffentlich im Sinne einer nachhaltigeren Entwicklung. Weitere Investitionsbestrebungen liegen eher im Bereich des öffentlichen Interesses am Hafen. Hierfür werden Kooperationen mit dem Hafenamt geschlossen und nach Fördermittelgeber:innen gesucht. Um partnerschaftlich voneinander zu lernen, werden Städtereisen teilweise privat durchgeführt und sind weiter in Planung. Ein Fokus dabei ist die Gestaltung des öffentlichen Raums, aber auch temporäre Architektur.

**B3 Selbsteinschätzung:**

**Fortschrittlich (3 Punkte)**

## B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Das Unternehmen kann bestätigen, dass das Geschäftsmodell (soweit uns das bekannt ist) nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut oder dass zumindest eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird.

## B4 Eigentum und Mitentscheidung

Hofmann und Drews sind zu jeweils gleichen Teilen die (einzigen) Eigentümer. Sie haften beide mit ihrem gesamten privaten Vermögen - ggfs. inklusive dem der Ehepartner:innen. Es gab keine Veränderung der Eigentümerstruktur in den letzten Jahren. Zwischen den beiden Eigentümern gibt es einen stetigen, intensiven direkten Austausch und Abgleich, um transparente Entscheidungsgrundlagen zu schaffen und Aufgaben anzugehen. Entscheidungen (bspw. zur Mittelverwendung) werden letztendlich von Drews und Hofmann getroffen, auch wenn punktuell immer wieder Abfragen bei Mitarbeitenden und Hafennutzer:innen durchgeführt werden, und es regelmäßige Strategiegespräche mit wichtigen Mitarbeiter:innen gibt, denen an einer Mitsprache gelegen ist.

Im Falle der Eigentumsbeteiligung sind wir - sofern keine großen Expansionvorhaben bestehen (bisher bestehen keine) - weiterhin auf das klassische GbR Modell begrenzt bzw. fallen uns keine anderen Modelle ein, auch aufgrund der kurzfristigen Vertragslage.

### Verpflichtender Indikator: Verteilung des Eigenkapitals in Prozent

- Unternehmer:innen: 100%
- Führungskräfte: 0%
- Mitarbeiter\*innen: 0%
- Kund\*innen: 0%
- Lieferant\*innen: 0%
- Weiteres Umfeld: 0%
- Nicht mittätige Kapital-Investor:innen 0%

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

Aktuell ist unser Modell quasi "unnachhaltig nachhaltig": Etwas ähnlich dem "Burning Man" (Kultfestival in den USA) verschwinden wir jedes Jahr im September wieder und hinterlassen bis auf ein paar Kreidemarkierungen für die Containerstellpunkte keine Spuren oder Fußabdrücke. Bleiben sollen die schönen Erinnerungen an die Saison und der Standard, den dieser Ort ausmacht (der wie beschrieben andere Akteure am Hafen - z.B. zu mehr Begrünung und Kulturangeboten - inspiriert). Insofern ist es schwer zu sagen, wie wir eine Mitunternehmerschaft etablieren könnten oder generell durch eine andere Unternehmensform für mehr Mitentscheidung sorgen. Generell sind wir offen, Arbeit, Verantwortung und finanzielle Mittel auf mehrere Schultern zu verteilen.

**B4 Selbsteinschätzung:**

**Basislinie (0 Punkte)**

## B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Wir können absolut bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind oder getätigt wurden.

## C Einführender Hinweis

Im Rahmen des GWÖ-Prozesses haben wir 2022 auf Anraten und unter Anleitung von unserem GWÖ-Berater Gregor Barié erstmals eine anonyme Mitarbeiter:innen-Umfrage unter allen Mitarbeitenden der Saisons 2020 & 2021 durchgeführt<sup>22</sup>. 7 Mitarbeitende nutzten diese

<sup>22</sup> Die Umfrage fand Online statt und wurde per Mail verschickt mit einem Beantwortungszeitraum von ca. einem Monat und einer Erinnerungsmail vor Ablauf der Beantwortungsfrist.

Gelegenheit. Inhaltlich orientierten sich die Fragen an den 4 Themenfeldern von C1-C4. Im Folgenden wird hin und wieder auf die Umfrage Bezug genommen.

# C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

## Unternehmenskultur allgemein

Die Unternehmenskultur ist geprägt von einem wertschätzenden, Stärken-orientierten Umgang, wobei alle Mitarbeitenden (im Folgenden kurz: MA) als Individuen mit eigenen Biografien und Lebensumständen wahrgenommen werden, die in ihrer persönlichen Entwicklung bestmöglich unterstützt werden sollen. Die alltäglichen Arbeitsabläufe in der Gastronomie erfordern allerdings oft eine schnelle und präzise Kommunikation sowie Strukturen, die zügiges Delegieren von Aufgaben zulassen. Daher gibt es täglich eine Schichtleitung, welche in (eher flacher) Hierarchie die Arbeitsabläufe koordiniert. Darüber hinaus ist das Unternehmen insofern hierarchisch organisiert, dass es unter der Leitung der beiden Geschäftsführer steht. Seit 2021 hat zudem eine MA Aufgaben der Personalorganisation übernommen, sodass sie (z.B. durch Schichtplanerstellung) eine besondere Funktion übernimmt. Die Schichtleiter:innen werden von den Geschäftsführern in Absprache mit der Personalverantwortlichen entsprechend ihrer Kompetenzen „ausgewählt“ und auf diese Verantwortung vorbereitet. Da wir in der Bar dynamisch zwischen allen Positionen rotieren (*job rotation*), hat jede:r MA die Chance, sich auf allen Gebieten weiterzuentwickeln und in Belastungssituationen auf die Position zu gehen, die ihren:seinen Fähigkeiten am besten entspricht. Hierdurch wird einerseits Eigenverantwortung und Team-Kooperation gefördert, andererseits ist es so auch möglich, tagesaktuell/situativ auf individuelle Bedürfnisse der MA einzugehen (z.B. mit körperlich mehr/weniger anspruchsvollen Tätigkeiten oder einer kommunikationsärmeren Position). „Schwächen“ oder „Fehler“ werden als Lern- & Entwicklungsmöglichkeit betrachtet, angesprochen und lösungsorientiert angegangen.

In wöchentlichen Team-Frühstücken kommen alle MA zusammen und haben die Möglichkeit, eigene Ideen, Wünsche, Kritikpunkte oder Reflexionen zum Barbetrieb, aber auch darüber hinaus, zu äußern. Sie werden ermutigt, sich mit eigenen Vorschlägen und Fähigkeiten einzubringen (z.B. in der organisatorischen/künstlerischen Gestaltung der Bar, als DJ:ane, mit Soli-Themen-Abenden, mit eigenen Getränke-Kreationen). Seit 2020 gibt es mindestens einmal pro Saison einen Team-Ausflug, sodass auch abseits der Arbeit miteinander Zeit verbracht und neue Erfahrungen gesammelt werden können.



Durch den Saisonbetrieb besteht das Team zum Großteil aus „geringfügig (insbes. kurzfristig) Beschäftigten“, für die die Arbeit in der Gastronomie ein Zuverdienst oder eine Übergangslösung ist. Da wir zudem unsere Baugenehmigung jeweils nur für ein Jahr erhalten, müssen wir unsere Verträge in der Regel für eine Saison befristen. Dennoch kehren viele für eine zweite Saison zum Arbeiten zu uns zurück - einige, je nach Lebenslage, auch häufiger.

Durchschnittl. Betriebszugehörigkeit	2 Jahre
Anz. der Mitarbeitenden	7 -17 Personen
Vollzeitäquivalent/ Monat	ca. 4 (exkl. Arbeitszeit der Inhaber)
Vollzeitäquivalent/Jahr	2 (exkl. Arbeitszeit der Inhaber)

### Psychische & Physische Gesundheit

Die Arbeit in der Gastronomie ist körperlich, z.T. auch psychisch, anstrengend. Um die Gesundheit aller MA (dennoch) zu schützen und zu fördern, nutzen wir folgende Strategien:

- klare Kommunikation der körperlichen Herausforderungen bei Einstellungsgesprächen, um Überforderung vorzubeugen
- Hinweise in Bezug auf Körperhaltung & geeignetes Schuhwerk; Hilfsmittel wie Rampen & Rollwagen; durch positive Fehlerkultur & Vorleben: Ermutigung, Hilfe zu erbitten oder sich Zeit zu lassen, anstatt die eigenen Grenzen zu missachten
- kostenloser Verleih von Stand-Up-Paddles für MA & ihre Freund:innen → Bewegung & Ausgleich; 2020: Massage-Angebot durch eine MA (in Ausbildung zur Physiotherapeutin), wahrgenommen durch 2 MA (jeweils ½h); nach Möglichkeit gemeinschaftliche Organisation von Abendessen & Sensibilisierung für Pausen-Relevanz; selbstverständlich kostenloser Getränkeverzehr
- bei Konflikten: ausführliche Team- & Einzel-Gespräche der beteiligten/betroffenen Crew-Mitglieder

- 2020: bei wöchentlichen Team-Frühstücken: Check-In/Check-Out-Runden zu emotionalem Befinden. 2021 aufgrund veränderter Team-Zusammensetzung nicht fortgesetzt, dennoch bei Team-Frühstücken Möglichkeit, aufreibende/konfliktbeladene Situationen gemeinsam zu besprechen und Lösungs-Strategien zu diskutieren; 2020: regelmäßige Nachbesprechung des Arbeitstages, 2021: nur vereinzelt
- durch flache Hierarchie: Personalverantwortliche jederzeit ansprechbar z.B. bei persönlichen Problemen → nach Möglichkeit Hilfe, in jedem Fall Anpassung der Arbeitsanforderungen
- um das Risiko von tätlichen Übergriffen durch Externe zu vermindern: niemals alleine zum Schichtabschluss, immer mind. zu zweit
- seit 2020: reguläre Schließzeit der Bar um 24 Uhr, um Arbeitsbelastung zu verringern (Ausnahmen werden vom Team intern abgestimmt)

Im Berichtszeitraum gab es keine Betriebsunfälle (lediglich einmal musste eine MA die Arbeit wegen eines Hitzestiches unterbrechen). Die Gesundheits-/Krankenquote wird erst seit 2022 systematisch erfasst, aber grundsätzlich waren Krankmeldungen eine Ausnahme. In der MA-Umfrage gaben alle Befragten an, dass sie der Aussage "vollständig" zustimmen, dass auf ihre "Arbeitssicherheit und gesundheitliches Befinden" geachtet wird.<sup>23</sup>

### **Fachliche & Persönliche Weiterentwicklung**

Für die fachliche Weiterbildung stellen wir ein Schulungsvideo zur Verfügung; 2020 haben wir versucht, Inputs in regelmäßigen Abständen zu organisieren (Terra Preta & die Welt der Ökoklos, Barista- und Cocktailworkshop). 2020 wurde ein Abschlussevent an Board eines Segelschulschiffes gemacht (2GF & 5 MA & ca. 10 Personen aus dem Freundes- und Familienkreis der GF). 2021 fand ein Barista-Workshop mit 2 MA & 2 GF statt. 2021 erhielt die Personalverantwortliche zudem ein Fortbildungsgeld zu ihrer eigenen Verfügung. Da wir im Bar-Alltag leider zum Teil auch mit diskriminierendem Verhalten konfrontiert sind, haben wir 2020 bei einem gemeinnützigen Verein einen Workshop zum Umgang mit Stammtischparolen besucht (2 GF und ca. 5 MA, ca. 3h).

Alle MA erhalten nach Möglichkeit Unterstützung, ihre eigenen Neigungen zu verfolgen, z.B. Musik auflegen, künstlerisch aktiv werden, Schritte in die Selbstständigkeit, politisches Engagement (s. Diversität). Entsprechende Potenziale werden in MA-Gesprächen durch die GF oder durch die Teamfrühstücke ausgelotet. Einige MA gaben in der Umfrage an, dass sie sich noch weitere gastro-fachliche Fortbildung für die Arbeit in der Bar wünschen.

### **Gleichstellung & Diversität**

---

<sup>23</sup> Der Transparenz halber sollte aber auch erwähnt werden, dass wir innerhalb des Teams auch ungesunde Verhaltensmuster haben und zum Teil durch das Arbeitsumfeld fördern (Stichwort Alkoholkonsum und kollektiver Team-Tabak für Raucher:innen).

Was Diversität (z.B. in Hinblick auf Rassismuserfahrungen, Alter, sexuelle Orientierung) im Team betrifft, müssen wir feststellen, dass wir sie zwar bei Neu-Einstellungen und in der Arbeit als Chance wahrnehmen, jedoch bisher nicht aktiv nach diverser Besetzung suchen. (Jobangebote werden aber selbstverständlich diskriminierungsfrei ausgeschrieben.) Auf Ebene der Geschäftsführung und der Personalverantwortlichen haben wir als Mehrfach-Privilegierte begonnen, unseren eigenen Bias / Vorurteile zu reflektieren, was jedoch als Prozess noch weiter fortgesetzt werden muss.

Im Umgang mit den MA bemühen wir uns um Inklusion, indem wir Menschen die Unterstützung geben, die sie für ihre Arbeit bei uns brauchen (bspw. Rechenhilfe für Menschen mit Rechenstörung, situativ sprachliche Unterstützung für Menschen mit Deutsch als Fremdsprache, Schaffung eines individuell angepassten Arbeitsplatzes für einen Menschen mit körperlicher Beeinträchtigung, Arbeitszeitanpassung für Frau mit Kind<sup>24</sup>). Entsprechende Bedürfnisse werden selbstverständlich auch bei der Planung von außerberuflichen Team-Aktivitäten berücksichtigt.

In der Umfrage stimmten *alle* MAs der Aussage "vollständig" zu, dass "Diversität in Bezug auf Alter, Geschlecht, körperliche Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Meinung, Religion, etc." respektiert würde.

#### Demografische Verteilung der Mitarbeitenden<sup>25</sup>

Alter	19 – ca. 35 Jahre
Geschlecht	Inhaber/Geschäftsführer: beide männlich 2020: 7 Frauen*, 2 Männer (+2GF)* 2021: 11 Frauen*, 6 Männer (+2GF)* Schichtleitungen und Personalverantwortung wurden im Berichtszeitraum ausschließlich von Frauen & den beiden Geschäftsführern übernommen.
Herkunft (Dimension: Deutsch als Fremdsprache)	3 MA mit DaF, 17 MA ohne DaF
körperliche Einschränkung	1 MA mit körperlichem Handicap

Lohnunterschiede sind zwar vorhanden (s. C2), ergeben sich aber lediglich aus der Dauer der Betriebszugehörigkeit sowie dem Level der Verantwortung. Gleicher Lohn für gleiche Arbeit. Frauen\* werden explizit ermutigt, Koordinations- & Teamverantwortung zu übernehmen.

#### Verbesserungspotenziale/Ziele:

- wieder regelmäßige Teambesprechung nach Schichtende & Check-In/Check-Out beim Teamfrühstück

<sup>24</sup> bisher keine Eltern in Karenzzeit → keine Angaben hierzu

<sup>25</sup> andere Dimensionen nicht erfasst und auch nicht relevant?!

- Workshops/Schulungen zu Themen, die für MA relevant sind, z.B. Stressbewältigung, Konfliktlösungsstrategien, Awareness
- Dokumentation der Arbeitszeiten der Inhaber, um Selbstausbeutung zu minimieren

### C1 Selbsteinschätzung:

Erfahren (4 Punkte)

## C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Das Rost Dock bestätigt, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

## C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

### Verdienst

Der monatliche Verdienst der MA ergibt sich aus dem jeweiligen Stundenlohn, welcher sich nach Betriebszugehörigkeit und Verantwortungsgrad richtet. Der Einstiegslohn lag im Berichtszeitraum grundsätzlich über dem Mindestlohniveau und wird jährlich leicht angehoben, um einen lebenswürdigen Verdienst sicherzustellen. In der Umfrage stimmten 42,90% der Befragten "hauptsächlich" und 57,10% "vollständig" der Aussage zu, dass die Bezahlung den Lebenshaltungskosten in Rostock angemessen sei.

Mindest- & Höchstverdienst 2021	10,50€ - 24,00€ (Brutto, mit Inhaber)
Innerbetriebliche Spreizung	1:2 (ohne Inhaber)
	1:2,3 (mit Inhabern)
Medianverdienst	12,50 €
Standortabhängiger lebenswürdiger Verdienst	Mindestens 980,-€ Netto-Einkommen für Einpersonenhaushalte in Mecklenburg-Vorpommern (Stand 2020) <sup>26</sup>

Derzeit besteht die einzige Möglichkeit, den Verdienst mitzubestimmen, darin, den eigenen finanziellen Bedarf und die dementsprechend gewünschte monatliche Arbeitszeit mitzuteilen, was in der Vertragsgestaltung und der Schichtplanung i.d.R. berücksichtigt werden kann. Da die Arbeit für die meisten Teammitglieder wie gesagt eine Nebentätigkeit bzw. einen Zuverdienst darstellt, ist dieses Austarieren von Zeit-Kapazitäten vs. Geld-Bedarf für beide Seiten sinnvoll. Als

<sup>26</sup> Armutsgefährdungsschwelle MV 2020 laut <https://www.meine-armutsgrenze.de>.

Trinkgeld-Handhabung wurde im Team beschlossen, dass das Trinkgeld der Bar täglich unter allen Service-Mitarbeitenden entsprechend ihrer geleisteten Stunden aufgeteilt wird.

Der Jahresurlaub entspricht mit 24 Tagen dem gesetzlichen Mindestanspruch. Nach dem Hinweis einer MA, wird dieser Urlaubsanspruch seit 2021 entsprechend der gesetzlichen Vorgaben - aber dennoch Branchen-unüblich – in Form von Ausgleichszahlungen für *alle* MA (inkl. Mini- & kurzfristig Beschäftigte) korrekt anteilig geltend gemacht.

## Arbeits- & Lebenszeit

Die monatliche Arbeitszeit wird individuell mit den MA ausgehandelt. Von 7 Befragten, stimmten 6 "vollständig" zu, dass sie ihre Arbeitszeiten mitgestalten können. 1 Person stimmte der Aussage nur zum Teil zu<sup>27</sup>. Mögliche vertragliche Modelle sind Minijobs, kurzfristige Anstellungen, Midijobs sowie vereinzelt eine Mitarbeit auf Rechnung (bei künstlerischen/handwerklichen Aufträgen). Auch Vollzeitstellungen wären möglich, werden jedoch derzeit von den MA nicht gewünscht. Arbeitszeiten werden digital erfasst. Überstunden sind wie branchenüblich z.T. nötig, allerdings konnte 2021 aufgrund einer guten personellen Aufstellung Schichten über 9 h hinaus überwiegend vermieden werden. Überstunden werden ausbezahlt oder ausgeglichen, was vertraglich festgehalten und bei der Einstellung kommuniziert wird. Durch flexible, wöchentliche Schichtplangestaltung wird versucht, private Termine der MA bestmöglich zu berücksichtigen. So können wir i.d.R. auch Urlaubszeiten während der Hauptsaison ermöglichen (branchenunüblich). Gleichzeitig können MA (& GF) so auch ihr Recht auf gesellschaftliche Teilhabe besser wahrnehmen, da wir sie nach Möglichkeit z.B. für politische oder kulturelle Veranstaltungen freistellen können - auch wenn hier zum Teil intern Kompromisse gefunden werden müssen, um eine ausreichende Personalaufstellung sicherzustellen. Indem wir im Team über aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen sprechen (z.B. zu den Themen Umwelt & Rassismus), und als Unternehmen selbst aktiv an Veranstaltungen mitwirken (z.B. CSD, Coastal Clean-Up Day, Fête de la Musique), ermutigen wir uns gegenseitig, diese Teilhabe verantwortungsvoll zu leben (vgl. auch C3).

definierte Wochenarbeitszeit	nicht definiert (zwischen 8 bis 34 h)
tatsächlich geleistete Überstunden (pro Woche)	0 – 10h (z.T. >10% der Wochenarbeitszeit)
Arbeitszeit der GF in 2020 (grob geschätzt)	ca. 2000 h/GF (zu Höchstzeiten ca. 70-80 h/Woche) <sup>28</sup>

Notiz zur Arbeitszeit der GF: Die genaue Dokumentation/Zuschreibung unserer Arbeitszeiten war und ist uns nie so wichtig gewesen. Während Sascha zum Beispiel im Coron-Lockdown die Zeit nutzen konnte, um

<sup>27</sup> Hier gilt es aufgrund der Formulierung zu klären, ob die Gestaltungsmöglichkeiten für die *monatliche* Arbeitszeit so bewertet wurden, oder die für die täglichen Schichtzeiten (Beginn, Ende & Pause) und inwiefern wir die Mitgestaltung verbessern können/sollten.

<sup>28</sup> Dies ist grob geschätzt und umfasst auch die Vor- & Nachbereitung der Saison, Baumaßnahmen etc. Durch das Saisongeschäft gibt es sehr intensive vs. eher ruhige Arbeitsphasen.

den Pömmescontainer auszubauen, hat Samuel sich ehrenamtlich bei Hackathons für Coronamaßnahmen engagiert. Die so angeeignete Expertise konnte zum Teil als Grundlage für die vorausschauenden Maßnahmen im Rahmen des Hygienekonzeptes genutzt werden. Die Beispiele für nicht erfasste Stunden sind unzählig und wahrscheinlich bei vielen Selbstständigen Fluch und Segen zugleich.

Bisher dokumentieren wir als GF unseren Zeiteinsatz fast gar nicht, haben aber in 2022 - auch als Konsequenz aus dem GWÖ-Prozess - versucht, damit anzufangen. Indem wir unsere Arbeitszeit für uns selbst sichtbar machen, wollen wir Arbeits- & Freizeit klarer voneinander abgrenzen und abwägen, welches Verhältnis wir in Zukunft zwischen beiden wünschenswert und realistisch finden. Gut war die Entscheidung, Stunden, die im operativen Geschäft geleistet werden, zu erfassen und zu entlohnen, um die Opportunitätskosten sichtbar zu machen (diese Maßnahme wurde auch durch den GWÖ-Prozess angeregt. Der dafür gewählte Einheitslohn ist dem Premium-Cola Ansatz entliehen).

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

- 2021 erstmals (auf Anregung einer MA) schriftliche Arbeitsverträge (in der Branche sind mündliche Vertragsabsprachen durchaus üblich) sowie bezahlter Urlaub für alle Angestellten.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Überstunden-Konto für bessere Nachvollziehbarkeit archivieren
- Umfrage unter MA nach gewünschter Form der Arbeitszeit-Organisation
- Nachbessern der Arbeitsverträge & der Kommunikation darüber<sup>29</sup>
- evtl. separate dienstl. Telefonnummer für GF, um bessere Trennung von Arbeits- & Freizeit zu ermöglichen
- Arbeitsteilung nach Wochentagen auf Ebene der Geschäftsführung mit mind. 2 aufeinanderfolgenden „freien“ Tagen

### **C2 Selbsteinschätzung:**

### **Erfahren (4 Punkte)**

---

<sup>29</sup> Die schriftlichen Verträge wurden bei uns bisher eher nachlässig behandelt, da wir stark auf persönliche Absprachen und gegenseitiges Vertrauen setzen. Entsprechend lax ist auch die beidseitige Kommunikation über die Verträge mit den MAs. Vor diesem Hintergrund ist es vielleicht auch zu verstehen, dass die Umfrage beim Thema Arbeitsvertragsgestaltung ein sehr durchmischtes Bild ergab: Der Aussage, dass der Vertrag „individuell mit [ihnen] abgestimmt“ sei und “[ihren] Vorstellungen [entspreche]“, stimmten 2 MA „vollständig“, 1 MA „hauptsächlich“, 3 MA „zum Teil“ und 1 MA „kaum“ zu. Allerdings schienen die Befragten sowohl mit dem Verdienst als auch der Arbeitszeitgestaltung zufrieden zu sein. Insofern sollten wir bei der Umfrage zukünftig für ein differenzierteres Feedback die Parameter „individuelle Abstimmung“ und „Zufriedenheit“ vielleicht besser trennen, und/oder einfach im persönlichen Gespräch einmal mehr nachhaken.

## C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Grundsätzlich können wir bestätigen, dass unsere Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

### Negativ zu bewerten sind dennoch folgende Punkte:

- Saisonbetrieb → überwiegend befristete Verträge  
Da die meisten MA bei uns aber ohnehin einen Zuverdienst in den Ferienzeiten suchen, ist dieser Punkt nicht ganz so schwerwiegend. Zudem werden MA nach Möglichkeit darin unterstützt, eigene berufliche Perspektiven (innerhalb oder außerhalb unseres Unternehmens) zu entwickeln und umzusetzen.
- durch Probezeit über die Saison nur sehr kurze Kündigungsfrist, aber das gilt für beide Seiten und i.d.R. wird bei Problemen/Änderungsbedarf klar kommuniziert → keine unerwarteten Kündigungen  
Im Berichtszeitraum gab es: 1 Aufhebungsvertrag (in beidseitigem Einverständnis, aufgrund Nichteignung für Arbeitsbelastung); 1 einvernehmliche Trennung (aufgrund geänderter Prioritäten); 1 Kündigung seitens des Arbeitgebers nach monatelangen Mediationsversuchen; keine Kündigung seitens der Arbeitnehmenden.

## C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Es gab im Berichtszeitraum keine klare Strategie zur Förderung von ökologischem Verhalten bei Mitarbeitenden - dennoch wurde ein entsprechendes Verhalten mit diversen Einzelmaßnahmen und einem allgemeinen Augenmerk auf Ressourcenschonung gefördert (s. unten). Zum Teil geben die MA durch ihre Lebensweise oder im Gespräch selbst Impulse für die Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit im laufenden Betrieb. 100% der Befragten, gaben in der MA-Umfrage an, dass die Aussage, "Die Mitarbeitenden werden zu einem ökologischen Verhalten motiviert", vollständig zutreffe.

### Fahrrad-Kultur

Die GFs fahren selbst vorwiegend (95%) mit dem Fahrrad zur Betriebsstätte. Sie besitzen seit 2017 bzw. 2020 kein privates Auto mehr und setzen stattdessen auf Carsharing und Leasing-Modelle. Für die Mehrheit der betrieblichen Transportfahrten steht seit 2021 ein E-Lastenrad zur Verfügung<sup>30</sup>. In die Auswahl des Lastenrades wurden die Mitarbeitenden aktiv einbezogen, was

<sup>30</sup> Zuvor gab es ein Lastenrad ohne E-Antrieb, das nur für kürzere Strecken geeignet war.

auch ein Nachdenken über autofreie Mobilität angeregt hat. Bereits 2019 konnte gezeigt werden, dass der komplette Geschäftsbetrieb ohne eigenen PKW möglich ist. Einkaufsfahrten & Lieferungen wurden so angepasst, dass wenig Individual-Verkehr nötig ist (mit positiven Auswirkungen auf Umweltbelastung und Lebensqualität). Circa 0,5 - 1 mal pro Woche wird mit einem Transporter ein individueller Einkauf beim Großmarkt (Entfernung: ca. 6,1 km) erledigt. Alle Team-Ausflüge wurden (auch auf speziellen Wunsch von Mitarbeiter:innen) 2020/21 mit Fahrrädern und ÖPNV durchgeführt.

### **Ernährungskultur**

Die Essenskultur im laufenden Betrieb ist deutlich ausbaufähig. Aufgrund von fehlenden festen Pausenzeiten, betrieblichem Essensangebot und stark fluktuierenden Besuchszahlen ist ein gelieferter Snack zwischendurch meist die komfortabelste Variante. Essenslieferungen durch einen lokalen Pizzalieferdienst und Take-Away-Produkte vor Schichtbeginn sind die Regel. Beides ist im Hinblick auf Verpackungsmüll, Fleischkonsum und Bio-Kriterien kritisch zu betrachten. Allerdings ist der kooperierende Lieferdienst ein lokales Unternehmen, Inhabergeführt, mit breitem vegetarisch/veganem Angebot und achtet auf Fahrradlieferungen und die Vermeidung von Lebensmittelverschwendung. Gelegentlich gelingt es einigen MA, für das komplette Team zu kochen, dann meist vegan/vegetarisch. Bei den Getränken kann problemlos eine tierproduktfreie Versorgung gewährleistet werden (Kaffee mit Hafermilch/alternativ Bio-Vollmilch, vegane Bio-Apfelschorle etc.). Das gemeinsamen Teamfrühstück ist immer vegetarisch mit einem durchmischten Angebot von Bio-Produkten, Selbstgemachtem und Konventionellem, da es keine stringente Policy gibt. Obststeller wurden seit 2020 vor allem an sehr heißen Tagen von den GFs zusammengestellt. Zugleich wurde angeregt, bei den täglichen Warenbestellungen nach Lust und Laune eine Mitarbeiter:innen-Obstauswahl mitzubestellen.

### **Low-Waste & Ressourcenschonende Policy**

Durch folgende Ansätze der Initiative „Plastikfreie Stadt“ werden MA für Low-Waste sensibilisiert:

- No-Bag-Policy – das Verwenden von Mülltüten wird vermieden
- sparsamer Umgang mit Reinigungsmitteln (wenn mgl. bio und in großen Abpackungen)
- ausschließliche Nutzung von Mehrweg-Gefäßen
- Alternativen zu Plastikstrohhalm (Nudeln) um auf die Problematik von Einwegplastik und insbesondere Gewässervermüllung aufmerksam zu machen

Letzteres ist ein besonderes Anliegen, durch die Nähe zum Wasser. Durch tägliches Müll- & Kippensammeln sowie Scherbenfegen aber auch den aktiven Dialog mit Gästen und das Verschenken von Strand-Aschenbechern wird ein verantwortungsvoller Umgang mit dem urbanen Ökosystem Stadthafen verinnerlicht.

### **Weiterbildungen und Sonstiges**

Explizite Fortbildungen zu Umweltthemen gibt es bisher kaum. 2020 gab es einen Input von Sascha zur Kreislaufwirtschaft am Beispiel unseres Kompostklos mittels Terra Preta Verfahren. Nach einem entsprechenden Aufruf seitens der GF in 2020 und 2021 nahmen ca. 6 Mitarbeitende (z.T. begleitet durch Freund:innen oder Familie) an der Aktion Küstenputztag im Stadthafen teil. Der am Rost Dock angesiedelte, vom KuBuS e.V. organisierte UmweltKindertag sensibilisiert auf spielerische Art Kinder für viele Aspekte die Klima- und Umweltschutzes<sup>31</sup>. Mitarbeiter:innen wurden 2021 eingeladen, sich in die Konzeption einzubringen.

Indem wir eine grüne Oase am Hafen als kleinen mikroklimatischen Beitrag zur Stadtökologie schaffen (bspw. durch öffentliche Hochbeete & eigenen Dachgarten), wird bei den Mitarbeiter:innen hoffentlich auch ein weiterführendes Verständnis für das Engagement der Betriebsstätte in diesem Sinne gestiftet.

### Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft	grob geschätzt: 15 Prozent Bio, 80 % vegetarisch, davon 15 % vegan (Selbstverpflegung). Immerhin ca. 95 % ohne Einwegplastik-/ Alu-Verpackungen. Getränke siehe Kap. A3.
--------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Anteil der Anreise	
- mit PKW	2 % (eine MA pendelt gelegentlich nach Berlin)
- öffentlichen Verkehrsmitteln	8 %
- Rad	85%
- zu Fuß	5 %

Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der MA in %	k.A.
------------------------------------------------------------	------

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- 2021 Anschaffung eines E-gestützten Lastenrads für Transport-Fahrten (zuvor Lastenrad ohne E-Antrieb, das nur für kurze Strecken genutzt werden konnte)
- z.T. eigenverantwortliche kollektive Team-Verpflegung durch engagierte Mitarbeitende (--> Müllreduktion, vegane & nährstoffreiche Ernährung)

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die GWÖ-Bilanzierung sowie die Zusammenarbeit mit der Umweltberaterin Stefanie Maack im Rahmen der Transformationsreise hat vor allem bei der Mitarbeitendenverpflegung und bei der *strategischen* Förderung des umweltbewussten Handelns der MitarbeiterInnen noch große Verbesserungspotenziale identifiziert. Die Pausenverpflegung könnte kollektiv organisiert werden, um insgesamt mehr auf bio-/vegane Produkte setzen zu können. Mitarbeitende sollten

<sup>31</sup> z.B. Trockenheit & Waldbrände, Urban Heathland und Flächenversiegelung mit Grün bekämpfen, Müll im Meer, Kreislaufwirtschaft, Mobilität

mehr dafür sensibilisiert werden, welche Nachhaltigkeitsmaßnahmen im Rost Dock bereits ergriffen wurden (Verweis auf Nachhaltigkeitsrubrik auf der Homepage, u.U. auch im Arbeitsvertrag?!). Müllvermeidungspotenziale werden fortlaufend durch die enge Zusammenarbeit mit Plastikfreie Stadt identifiziert und realisiert (z.B. Mehrwegsystem bei Essenslieferungen). Gelegentlich sind die Geschäftsführer nachlässiger als die Mitarbeitenden - hier können wir durch offene Gespräche noch mehr voneinander lernen. Jede:r hat seine Steckenpferde (Müllvermeidung, Fleischverzicht, Mobilität) und Komfortzonen (Mülltrennung, Fleischkonsum, Mobilität).

**C3 Selbsteinschätzung:**

**Erfahren (5 Punkte)**

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

Das Rost Dock kann bestätigen, im Unternehmen weder die Verschwendung von Ressourcen zu fördern, noch unökologisches Verhalten zu dulden. (Manchmal sind wir etwas nachgiebig, fleisshessende Crewmitglieder werden nicht des Tisches verwiesen ;))

## C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

### Zugang zu wesentlichen/kritischen Daten für MA

Offen kommuniziert werden bei Interesse die Grundpfeiler des Konzepts mit seinem Fokus auf Nachhaltigkeit und Belegung des Stadthafens. Alle Daten, die den betriebswirtschaftlichen Bereich anbelangen, werden bisher sehr diskret behandelt und waren vollumfänglich nur für Helene einsehbar (Tagesabrechnung & Umsatzzahlen). Selbes betrifft auch die Gehälter. Die Höhe des Trinkgeldes ist für Mitarbeitende ohne Weiteres einzusehen. Bei den Kosten sind die Einkaufspreise frei einsehbar; alle weiteren Kosten (Miete, Nebenkosten, Gebühren etc.) nicht. Investitionsentscheidungen werden ausschließlich von den GFs getroffen, wobei letztere bei relevanten Entscheidungen auch nach der Meinung oder dem Rat von Mitarbeiter:innen fragen.

Alles in Allem sind also die meisten wesentlichen Daten für die MA nicht transparent, was auch in der MA-Umfrage abgebildet wurde<sup>32</sup>. Aus Sicht der GF lässt der Grad der Involviertheit der MA in einen saisonalen, lediglich mit einjährigem Vertrag abgesicherten Geschäftsbetrieb andere Verfahrensweisen nachteilig erscheinen. In einer Teambesprechung 2022 wurde das thematisiert und abgefragt, welche Form der Transparenz sich Mitarbeitende zu den Zahlen wünschen würden. Als erstes Stimmungsbild wurde hier eingefangen, dass absolute Kennzahlen weniger von Interesse sind als relationale (à la: “War es umsatztechnisch ein vergleichsweise ‘starker’ oder eher ‘schwacher’ Tag?” und “Was “steckt” alles prozentual in 1€ Umsatz (Steuern, Betriebskosten, Personalkosten etc.)?”).

Mit der Veröffentlichung des Gemeinwohlberichts wird erstmals ein wirklich großer Schritt zu mehr Transparenz, auch für Mitarbeitende, getan.

### Auswahl, Evaluierung & Absetzen von Führungskräften

Es gibt nur wenige hierarchische Strukturen (siehe C1). Als Gründer, Inhaber und Geschäftsführer sind Sascha und Samuel die Haupt-Entscheidungssträger. Sie haben die MA Helene sukzessive über die Jahre in die Rolle der Personalmanagerin eingearbeitet. Die Schichtleitungen werden von Sascha, Samuel und Helene nach informellen Rücksprachen mit anderen Mitarbeitenden ausgewählt. Formell evaluiert wird keine dieser unterschiedlichen “Führungskräfte”, allerdings gab es 2020 und z.T. auch 2021 in regelmäßigen Team-Treffen, Schichtbesprechungen und Einzelgespräche für alle MAs die Möglichkeit, (positive & negative) Kritik zu äußern. Dies setzte allerdings ein hohes Maß an Eigeninitiative (und - trotz verhältnismäßig flacher Hierarchien - sicher auch Mut) seitens der MA voraus. In der MA-Umfrage stimmten 4 von 7 Befragten der Aussage “vollständig” zu, dass sie Führungskräften kritisches Feedback geben könnten. Jeweils 1 Befragte:r stimmte jedoch nur “hauptsächlich”, “zum Teil” und “kaum” zu. Hier ist also noch Handlungsbedarf. Mit Helene führen Sascha und Samuel zum Beginn, während und zum Ende der Saison ausführliche Zielstellungs- und Auswertungsgespräche.

### Grad der Mitbestimmung bei wesentlichen Entscheidungen

Vieles, was das Arbeitsumfeld der Mitarbeitenden direkt oder auch indirekt betrifft, kann und wird gemeinsam in wöchentlichen Team-Sitzungen entschieden (z.B. Umgang mit Masken während der Corona-Pandemie im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben; Lastenrad-Modell; Umgang mit Gästekonflikten; Trinkgeldregelung). Entscheidungen können nach Konsens- oder Mehrheitsprinzip getroffen werden (sehr organisch, nicht festgelegt). Auch über die



<sup>32</sup> Der Aussage, “Wesentliche Daten und Informationen über das Unternehmen Rost Dock werden mir transparent kommuniziert”, stimmte nur 1 Person “vollständig”, 3 Personen “hauptsächlich”, 2 Personen “zum Teil” und 1 Person “kaum” zu.

Häufigkeit der Sitzungen wird von den MAs mitbestimmt. Generell sind MAs aufgefordert, selbst Initiative zu ergreifen. Über Rahmenbedingungen wie Öffnungszeiten, Saisondauer u.ä. können MAs nicht mitbestimmen. Allerdings haben sie zum Beispiel Einfluss auf die Länge der Arbeitsschichten.

### **Gesammelte Erfahrungen mit größerer Transparenz & Mitbestimmung**

Unserer Erfahrung nach tragen Transparenz und Mitbestimmung allgemein zu einem guten "Teammojo" und kreativer Ausgestaltung des Arbeitsumfeldes bei, bringen aber auch viel Abstimmungsbedarf mit sich. Konkret dokumentiert haben wir entsprechende Maßnahmen und Erfahrungen bisher allerdings nicht. Da beide GFs extrem involviert in ausnahmslos alle Geschäftsbereiche<sup>33</sup> sind, gäbe es hier noch große Potentiale für mehr Eigenverantwortlichkeit und Gestaltungsfreiräume, wenn mehr Verantwortung abgegeben werden würde. Durch die sensible Vertragslage und den exponierten und begehrten Standort ist dies nur bedingt möglich. Die Nicht-Einhaltung von behördlichen Vorgaben (z.B. Beschallungszeiten etc.) können beispielsweise zu existentiellen Konsequenzen führen. Außerdem gilt es eine Balance zwischen Eigenverantwortung und Überforderung zu finden. So wurde bspw. vereinzelt von Mitarbeitenden bereits ein "Zuviel" an Eigenverantwortung an betriebsamen Tagen kritisiert.

Grad der Transparenz bei kritischen/wesentlichen Daten (Einschätzung in Prozent)	10 %
Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden	ca. 40 % (inkl. Schichtleitung)
Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden	33 %

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

2022 wurde wie erwähnt erstmals eine anonyme Umfrage unter den Mitarbeitenden der Saisons 2020 & 2021 durchgeführt. Die Ergebnisse sind bereits in die Saison 2022 eingeflossen.

Seitens der GFs wurde Eigeninitiative wiederholt und explizit als Teil der Firmenphilosophie artikuliert. Die Erfahrung hat gezeigt, dass nicht alle Lust darauf oder Kapazitäten dafür haben und ein gut ausbalanciertes Erwartungsmanagement gefunden werden muss. In der Umfrage stimmten alle Mitarbeitenden der Aussage "hauptsächlich" (42,9%) oder "vollkommen" (57,10%) zu, dass sie "mit dem Grad der Verantwortung und den Mitentscheidungsmöglichkeiten, die [sie] im Unternehmen hatte[n]" zufrieden seien.

<sup>33</sup> (Aufgaben wie die Antragstellung, Strom-/Wasser-/Abwasser-Anschlusslegung etc. werden eigenhändig erledigt)



### Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Anonymisierte Feedback-Möglichkeiten für MA, auch explizit über Führungskräfte & -kompetenzen (bereits angefangen, noch verstetigen)
- weiter proaktives Einladen von Mitgestaltung und Teilhabe (aber freiwillig → Erwartungen regulieren)
- offene Kommunikation zu zugänglichen und nicht zugänglichen kritischen Daten, Transparenz über relationale Kennzahlen (siehe oben) & ggfs. Lohn
- Entwicklung einer klaren Unternehmensleitlinie (Loyalität, Mitbestimmung, Eigeninitiative, Teamgeist, Engagement), auf die wiederum bei der Mitarbeiter:innen-Auswahl klar hingewiesen werden kann

### C4 Selbsteinschätzung:

### Erste Schritte (1 Punkt)

## C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Das Unternehmen kann absolut bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates (oder der Bildung eines solchen) vorliegt.

# D1 Ethische Kundenbeziehung

Bereits im Konzept des Rost Docks ist die Bedarfs- und Nutzer:innen-Orientierung als elementarer Bestandteil festgehalten. Hafen für Alle ist und bleibt das Motto. Indem wir beobachtete Bedarfe in die Weiterentwicklung des Areals einbeziehen, können wir unseren Kund:innenstamm jährlich ausbauen und festigen. Werbung erfolgt in erster Linie durch "Mund-zu-Mund-Propaganda", wobei wir seit 2021 auch vermehrt Instagram nutzen, um z.B. auf Veranstaltungen hinzuweisen. Ein Großteil der Gäste genießt in erster Linie den Ort, die lässige Atmosphäre und das Hafenflair. Außerdem schätzen sie, den freundlichen und zügigen Service

und das meist gute Mojo am Tresen, was uns insbesondere Stammgäste häufiger zurückmelden. Indem die Inhaber und einzelne Mitarbeitende mehrmals die Woche in der Bar arbeiten, entsteht ein gutes Gespür für die Wünsche und Besonderheiten der Gäste. Es gibt - vor allem im brancheninternen Vergleich - eine gute Mischung und einen breiten gesellschaftlichen Querschnitt unter den Besucher:innen (Milieu: Von der Punkerin über den Öko bis zum Geschäftsmann, vom Säugling bis zur Senior:innengruppe, von der Shisha-Raucherin bis zum Hipster - der Hafen und die Offenheit der Containeranlage bietet Platz für Alle). Unsere Preispolitik ist bewusst so aufgegliedert, dass auch weniger gut verdienende Menschen diesen Ort "konsumieren" können, zumal Eigenverzehr nicht strikt geahndet wird, sondern lediglich bei auffälligem und respektlosem Verhalten darauf hingewiesen wird. Essen kann grundsätzlich selbst mitgebracht werden. Für Menschen im Rollstuhl gibt es leider keine Toilette, aber immerhin eine Rampe zur Bar. Das gesamte Areal ist in seiner Anordnung sehr offen und die Grenzen zwischen Hafenbesucher:innen und Gästen der Containeranlage Rost Dock verschwimmen.

### Kund:innennutzen vs. Umsatzstreben?

Diverse Maßnahmen stellen das Wohl unserer Gäste (& Mitarbeitenden) klar vor das Umsatzstreben: Wir nutzen (teureres) Bio-Obst für Cocktails & waschen gewachste Limetten gründlich ab, um die Gesundheit unserer Gäste zu schonen. Für Kinder gibt es zum Teil kostenlos Säfte oder Wasser; je nach Verfügbarkeit, bieten wir unseren Gästen auch kostenlos Obst aus eigenen Gärten an. Einmal im Jahr kooperieren wir mit Aktivist:innen aus dem JAZ e.V., die im Rahmen einer Küche Für Alle Essen gegen Spende ausgeben. Hier steht das soziale Ereignis, die Gemeinschaft und die Schaffung einer breiteren Öffentlichkeit für gesellschaftspolitisches Engagement vor dem Umsatz-Interesse. Unsere Crew wird dafür sensibilisiert, dass auch Großbestellungen abgelehnt werden können, wenn wir den Eindruck haben, dass Gäste unsere Dock-Ordnung nicht respektieren oder ihr persönliches Promille-Limit mal überschritten haben. Bei Letzteren versuchen wir durch klare Kommunikation ("Letzter Drink für Dich heute", "Ich geb dir mal ein Wasser zwischendurch.") schrittweise runterzufahren und für alle Anwesenden einen entspannten Ausklang des Abends zu gewährleisten.



### Verpflichtende Indikatoren

Ausgaben für Marketing/Verkauf/Werbung	<b>2020: 0,-€<sup>34</sup></b> <b>2021: 500,-€ für Plakat digital</b> (für das gesamte nachhaltige Themenareal zur HanseSail 2021 lagen die zusätzlichen Kosten bei ca. 800,-€ für Werbung, Social-Media-Betreuung, sowie Fahnen, Flyer und Banner)
Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden	100% fix, 0% umsatzabhängig
interne Umsatzvorgaben	keine
Umsatzanteil des Produktportfolios (in %), das von benachteiligten Kund:innen-Gruppen gekauft wird	[schwer einzuschätzen. Wir versuchen wie gesagt in unserer Preispolitik darauf zu achten, dass - trotz steigender Preise - in jeder Getränkegruppe immer mindestens ein Produkt "erschwinglich" bleibt (z.B. 2021: Tee 2,-€, einfacher Kaffee 2,50€, Weinschorle 3,90€, kleines Rostocker Bier 2,80€). Durch eine Rampe können Menschen mit Rollstuhl und Kinderwagen die Bar gut erreichen (- allerdings haben wir bisher abgesehen von Einzelevents keine Rollstuhlgerechte Toilette zur Verfügung gestellt)].

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Zusätzlich zu den in der Einleitung erwähnten Bürger:innenbeteiligungsformaten und dem Engagement in der Initiative #MeinHafenDeinHafen, wurde 2019 im Rahmen von Saschas Masterarbeit eine Bierdeckelumfrage unter 350 Gästen der Bar und Besucher:innen des Hafengeländes in Bezug auf die allgemeine Hafenentwicklung aber auch konkrete Angebote am Stadthafen durchgeführt (sogenannte "Wunsch-Kollektion"). Die Ergebnisse sind 2020 und in den darauffolgenden Jahren nicht nur in die Weiterentwicklung der Containeranlage Rost Dock, sondern auch in die des Stadthafens insgesamt geflossen (u.a. mehr Pflanzen, mehr Sitzmobiliar, mehr Toiletten - in Zusammenarbeit mit dem Hafenamts). Ein Dachgarten begrünt, kühlt und verpflegt die Bar mit einigen Kräutern; die Infrastruktur für Aktivitäten wurde ausgebaut (z.B. Markierung von Kubb-Spielfeldern).

Wesentlich wurde im Berichtszeitraum im Rahmen der Corona-Pandemie der solidarische und dadurch auch politische Umgang im Team und mit den Gästen geschult und verbessert. Hier stand die Suche nach einem Höchstmaß an Verantwortungsbewusstsein weit vor Profitstreben. Als Team haben wir uns bereits ab Mai 2020 (!) freiwillig zweimal wöchentlich testen lassen und eine Maskenpflicht am Tresen gefordert. Das Hygienekonzept ist mit angehängt.

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

<sup>34</sup> ("Werbung", dass wir wieder öffnen, durch Ankündigung in der Ostseezeitung und auf unserem eigenen Social Media Kanal)

Unser Ziel ist es, den angestoßenen partizipativen Prozess beharrlich fortzusetzen und dabei auch kleine Fortschritte zu feiern. Wir wollen/sollten Wege finden, wie mehr zivilgesellschaftliches Engagement und ein respektvoller Umgang mit der angebotenen Infrastruktur und den Mitmenschen am Stadthafen gefördert werden kann. Der barrierefreie Zugang zur Containeranlage sollte ausgebaut werden. Auch ein paar kostenfreie Angebote an der Bar, wie zum Beispiel Wasser mit Minze und Früchten, Salzstangen oder an heißen Tagen Obststeller, wären wünschenswert und umsetzbar.

**D1 Selbsteinschätzung:**

**Erfahren (4 Punkte)**

## D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Das Rost Dock kann definitiv bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt wurden und werden.

# D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

## Bestehende Kooperationen & ihre Zielstellung

Zum Ausbau eines nachhaltigen und qualitativ hochwertigen Angebots am Rost Dock kooperieren wir mit lokalen/regionalen Unternehmen. Seit 2020 haben wir engagiert an der Etablierung einer Standortgemeinschaft am Hafen mitgewirkt, die die Zusammenarbeit der Unternehmen/Vereine/Institutionen vor Ort fördern soll.

Namentlich kooperieren wir mit folgenden Akteuren:

Unternehmen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Radisson Blu Hotel &amp; Salsarico Restaurant: Eiswürfel/Crushed-Ice gegen MA-Rabatte (25%) → Ressourcenschonung durch Sharing und Vernetzung</li> </ul>

- Pinkys (lokaler Pizza-Lieferdienst): Werbung (in Form von Aufstellern und Werbeplakaten)<sup>35</sup> für Pinkys bei uns vor Ort gegen Rabatte für Gäste (10%) & Mitarbeitende (30%).
- Erweiterung unseres Angebotes durch Kooperation mit mobilen Verkaufsständen. Z.B. Beisszeit (super regionale Fischbrötchen) ohne Standgebühr (2020)
- Sharing-Kitchen aka Foodlab: In einem Container haben wir eine einfache Küche, die wir selbst kaum nutzen → 2021 Kooperation mit Sushi-Koch "Shefu" für ein sonntägliches Angebot (vegan, vegetarisches und fischbasiertes (zertifizierter Fisch); alles frisch und handgemacht). 25% Umsatzbeteiligung wurden uns von "Shefu" angeboten und sind nicht zwingend.
- dajoirma (lokale Kaffeerösterei): gegenseitige Unterstützung, Verleih von Kaffemühle und Kaffeemaschine in der Sommersaison vs. Verleih von Glühwein und Durchlauferhitzer in der Wintersaison, unentgeltlich
- ST-Club: Ausleihe von Kopfhörern (#support your local Club 2020)
- Cykelbude: Werbung vs. Werbung & allgemeine Kooperation
- Kooperation mit dem Kurzfilmfestival am Hafen "FiSH" (Bereitstellung & Handling von Containern zu günstigen Konditionen vs. Festival-Tickets)

### Verwaltung

- Hafen- und Seemannsamt (städtisch): Belebung & Begrünung des Stadthafens, Pflegen der bereitgestellten Infrastruktur, Thematisierung der Müllproblematik, ÖA-Kampagnen für respektvolle Hafennutzung
- BUGA25: unentgeltliche handwerkliche Dienstleistungen + Werbung für die BUGA vs. Begrünung
- HanseSail 2021: nachhaltiges Themenareal mit vielen entgeltfreien Angeboten vs. Standmietenvergünstigung

### Vereine

- Swing-Connection Rostock: Infrastruktur & Werbung vs. Belebung & Publikum
- Circus Fantasia: gegenseitige Unterstützung durch Verleih: z.B. Kühltruhe, Lichterketten, Stromkabel etc.
- Einmal jährlich veranstalten wir eine Küche für Alle in Kooperation mit dem Jaz e.V. Hier kommt die Sharing-Kitchen auch voll zum Einsatz.
- Hochschule für Musik & Theater: Einlagern von Equipment, Freigetranke, Plattform vs. tolle Konzertabende
- fint e.V.: Gegenseitige Unterstützung und Austausch von Equipment bei diversen Veranstaltungen (z.B. Warnow Valley Open Air)
- Zusammenarbeit mit BUND, NABU, Fair Trade Stadt Rostock, IOW, PFS, Meeresmüllstammtisch bei einzelnen Veranstaltungsformaten z.B. Achterdeck, Coastal Cleanup Day, Klima-Aktionstag
- Zusammenarbeit mit SoBi e.V. (Soziale Bildung) im Rahmen von #MHDH, Sense Lab (Stadtmöblierung in Plattenbau Gebieten), NDC (Weiterbildung), DRK-Werkstätten (Bau von Hochbeeten)
- Support für Seebrücke, CSD und Seawatch (durch Flaggen, Aushänge & Spenden)

<sup>35</sup> Dabei haben wir eine Kompensation für die Werbehilfe abgelehnt.

Darüber hinaus gibt es auch Versuche, mit Unternehmen, die in einer vermeintlichen Konkurrenz zu uns stehen, Kontakt aufzunehmen, um Zwistigkeiten beiseite zu legen.

Zudem engagieren wir uns in folgenden **eigenen Organisationen & Initiativen:**

- **KuBuS e.V.:** 2015 gegründeter eigener Verein zur Förderung von Kunst, Kultur und Umweltschutz. Seit 2019 mit besonderem Fokus auf den Rostocker Stadthafen.  
Umgesetzte Projekte in 2020: Wöchentliche Jazz-Jam-Session & Kinderumwelttag (in Zusammenarbeit mit PFS)  
In 2021: Bunte Hafengalerie (Verschönerung des Hafenaareals mit 11 Künstler:innen), Konzertreihe "Jazz Erst Recht", nachhaltiges Themenareal "Achterdeck" auf der Hanse Sail 2021 in Zusammenarbeit mit #MHDH & der Agentur H2RO.  
Ca. 50% aller ehrenamtlichen und gemeinnützigen Tätigkeiten im "Rost Dock Kosmos" sind an den KuBuS e.V. angekoppelt.
- **#MHDH** - gemeinsam für einen attraktiven Stadthafen: Sozialraumentwicklung & Entwicklung der dafür benötigten Infrastruktur und Öffentlichkeitsarbeit  
Projekte 2020: Initialprojekt "MüllKübbe" (Sichtbarmachen von Müll, wenn er nicht weggeräumt wird) in Kombination mit dem Coastal-CleanUp-Day (100.000 Kippenstummel gesammelt) und dem Klima-Aktionstag.  
Ca. 25 % der ehrenamtlichen Arbeit in Verbindung mit dem Rost Dock gelten einer besseren Zusammenarbeit von Verwaltung, Zivilgesellschaft, Unternehmer:innen & anderen Hafen-Akteuren
- **Initiative "plastikfreie Stadt" (PFS):** Reduktion von Plastikverbrauch in Unternehmen/Organisationen/Kommunen. Durch den fachlichen Hintergrund von Samuel hat sie einen starken Fokus auf die gastronomische Branche & Hotellerie. Die Mehrwegkampagne wurde in Rostock durch PFS angestoßen und gemeinsam mit Mitteln der Stadt seit 2020 umgesetzt.

### **Solidarität gegenüber anderen Unternehmen & uneigennützig Hilfe**

Unser generelles Credo lautet: Kooperation statt Wettbewerb. Für die meisten o.a. Kooperationspartner wurden schon viele Arbeitsstunden, Sachleistungen und auch finanzielle Unterstützung (seit 2013) bereitgestellt. Gerade die die Begrünung, Belebung und Fürsorge für den Stadthafen über das eigentliche Container-Areal hinaus (Bewässerung von städtischer Bepflanzung, Müll-/Kippensammlung, ehrenamtliche Entwicklung entsprechender Sensibilisierungs-Kampagnen) ist wesentlicher Teil unseres Engagements und wird auch mit den Mitarbeitenden thematisiert. Durch den kostenlosen bis kostengünstigen Verleih von Pfandbechern z.B. an Sportvereine helfen wir, Müll zu vermeiden. In Form von Darlehen wurden Partner:innen in Not finanziell unterstützt. Durch Mitarbeitende wird die Öffentlichkeitswirksamkeit am Rost Dock genutzt, um Spenden für lokale Initiativen im Bereich Rassismusbekämpfung/-prävention und Empowerment zu sammeln und Aufmerksamkeit zu schaffen.

### **Verpflichtende Indikatoren**

investierter 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 h/Jahr bzw. %)	[bisher nicht dokumentiert. Kooperationsgedanke zur Stärkung der Regionalwirtschaft von lokalen Klein- und Mittelständischen Unternehmen mit 15-20% als thematischer Baustein im Grundkonzept festgehalten. geschätzter Zeitaufwand alleine für die Initiative #MHDH: ca. 1000 h/Jahr. Gemeinsame Produkte gibt es nicht].
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Anteil an Zeit bzw. Umsatz (in Prozent), der in Kooperation mit folgenden Unternehmen aufgewendet/erzielt wird:**

Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional):	dajoirma: 0,5% an Zeit und 1,5 % vom Gesamtumsatz Shefu: 1,2% vom Gesamtumsatz (2021) Beisszeit: seine Umsatzzahlen kennen wir nicht (2020) KüFA vom Jaz e.V. (kein Unternehmen): ca.10h Arbeit/Saison, 0% vom Umsatz
---------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen:	keine
---------------------------------------------------------------------------	-------

Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG:	Salsarico, Radisson Gastro: 2% an Zeit für Eisabholungen
----------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------

**Bereiche, in denen sich das Unternehmen engagiert: 2,5 von 3 (siehe unten)**

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards:	Ja? #MeinHafenDeinHafen setzt sich auch für einen verantwortungsvollen Umgang mit dem "Biotop/Sozialraum Stadthafen" ein. Zusammenarbeit mit SoBi (Soziale Bildung) e.V. (Jugendarbeit im Stadthafen im Rahmen von #MHDH) & Sense Lab (Stadtmöblierung in Plattenbau-Gebieten) → partizipativ-inklusive Stadtentwicklung
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying):	Jein Indirekt durch die Teilnahme an der PFS-Initiative (seit 2019) als Pionierunternehmen und Best Practice Beispiel für einen müllarmen gastronomischen Betrieb und die Festschreibung entsprechender Standards bei den Bewirtschaftungsverträgen des Hafenamtes und darüber hinaus. Einflussnahme auf die Kriterien für die Erstellung eines nutzer:innenfreundlichen Rahmenplans (seit 2018) für die Entwicklung eines bürger:innennahen Stadthafens, anstatt einer umweltschädlichen touristischen Verwertungslogik im Sinne der Kreuzfahrtschiff-Industrie zu folgen.
---------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards:	Ja (Initiative Plastikfreie Stadt)
--------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------

---

### Anzahl der Arbeitskräfte/MA-Stunden, die an folgende Unternehmen weitergegeben wurde, um sie kurzfristig zu unterstützen:

Unternehmen anderer Branchen:	Schwer abzuschätzen. Grob 500h ?! (BUGA Standbetreuung, Bewässerung, Cykelbude Video, KuBuS e.V., PFS, MHDH-Initiative, Clean Up Day, KAT, WarnowValley-Feste)
Unternehmen der gleichen Branche:	Bei Anfragen vermitteln wir unsere Mitarbeiter:innen (natürlich auf freiwilliger Basis) außerhalb der Saison z.B. auf dem Rostocker Weihnachtsmarkt, aber auch während der Saison  Arbeitsleistung der GF: Weitergabe von Know How in unterschiedlichsten Fällen, Erstellung von Bewerbungsunterlagen für Ausschreibungen von Ständen in Zingst für Schaustellerbetrieb in Not (ca. 25 Arbeitsstunden) usw. (2020)

### Anzahl der Aufträge, die an Mitunternehmen weitergegeben wurden, um diese kurzfristig zu unterstützen:

Unternehmen anderer/eigener Branchen:	Sofern wir selbst Angebote nicht wahrnehmen können oder Mitbewerber kennen, die mehr Kapazitäten haben, denken wir das mit (geschätzt vielleicht 4-5 Aufträge pro Saison - inkl. Anfragen für Konzerte, "geschlossene Veranstaltungen" oder Firmenevents) In der Coronazeit haben wir alle Containertransporte mit Schaustellern in Not gemacht und auch Aufträge und Anfragen in Zusammenhang mit Containern an ebendiese weitervermittelt. (Umfang ca. 4500,00 €)  Achterdeck: Verkaufsstände werden im Hinblick auf Nachhaltigkeit und verlässliche Zusammenarbeit für die Standfläche akquiriert
---------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Summe an Finanzmitteln, die an Mitunternehmen weitergegeben wurden, um sie kurzfristig zu unterstützen

Unternehmen anderer Branchen:	Schwer zu sagen! Beim Warnowvalley Open Air wurde z.B. ein kompletter Verkaufsanhänger & -tresen aufgebaut, eingerichtet und Mitarbeitende weitervermittelt. Wir sehen das mehr als Freundschaftsdienste, die wir bisher nicht dokumentiert haben. Geldwerter Vorteil ca. 1500,00 €. Eine Aufwandsentschädigung über 300,00 € wurde geleistet.
Unternehmen der eigenen Branche:	Finanzielle Mittel: Darlehen von 2x 2000,00 € für zwei Gastronomen in Barth & Rostock (2020),

---

---

Verkauf einer Eistruhe mit 2-jähriger Ratenzahlung und Rücknahmegarantie, wenn die Unternehmung nicht glückt, an eine Unbekannte mit eigenem Vorhaben (<https://www.winkelkraut.com/>)

diverse Sachleistungen  
(u.a. Weitergabe/Ausleihe von Equipment)

---

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Mitbegründung der Initiative #MeinHafenDeinHafen
- Bereitstellung von Sach-/Arbeits-/Finanzleistungen an Mitunternehmen nach Bedarf und Kapazitäten
- 2021: Aufruf zum Kitchen-Sharing in der Ostseezeitung (Wir konnten allerdings hiermit keine zusätzlichen Kooperationspartner:innen gewinnen, da die zwei daraufhin eingereichten Angebote/Anfragen nicht in unser Konzept passten (1 sehr fleischlastig, 1 sehr zuckerhaltig → ungesund))

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

Da das gastronomische Angebot "nur" Mittel zum Zweck ist, haben wir es bisher versäumt, uns in branchentypischen Verbänden (DeHoGa o.ä.) zu organisieren, um hier evtl. wirkungsvolles 'Responsible Lobbying' zu betreiben.

Die Träger, die für die jeweiligen Aufgaben zur Vernetzung und Verbesserung in der Zusammenarbeit geschaffen wurden, sollten noch mit mehr Ressourcen ausgestattet werden: KuBuS e.V., #MHDH, PFS.

Die branchenübergreifende Vernetzung könnte ausgebaut und professionalisiert werden, um sich beispielsweise gegenseitig mit Infrastruktur aushelfen zu können (z.B. Werkzeug).

**D2 Selbsteinschätzung:**

**Vorbildlich (7 Punkte)**

## D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Das Rost Dock und alle in Zusammenarbeit befindlichen Initiativen und Vereine können bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen verzichtet wird.

# D3 Ökologische Auswirkungen durch

# Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

## Ökologische Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen & Maßnahmen zur Reduktion

Da es im wirtschaftlichen Kerngeschäft nur um den Verzehr von Getränken und ein paar Snacks/Speisen geht, sind die direkten ökologischen Auswirkungen gering. Durch die konsequente Mehrweg-Policy fallen lediglich beim Eis (Becher/Deckel aus Pappe mit Thermo-Etikett, Mehrweg-Löffel aus Metall oder Einweg-Löffel aus Holz) und dem Lieferdienst (90% Pappe) Verpackungsmüll an. Dieser wird allerdings sorgfältig getrennt. Verunreinigungen, die auf unsere Gäste aber auch auf Hafenesucher:innen generell zurückzuführen sind, bereinigen wir bzw. versuchen gezielt in Zusammenarbeit mit PFS und #MHDH dafür zu sensibilisieren (z.B. "Tatort Zigarettenkippe", Müll-Kübbe, "Das Meer beginnt hier" usw.). Des Weiteren werden kostenlose Taschenascher am Rost Dock und über die Standortgemeinschaft am ganzen Stadthafen verteilt (insgesamt 5000 Stück). Strohhalme (Barilla Nudeln; seit 2022 Apfeltrester-Halme aus Deutschland) gibt es nur auf Nachfrage. Als Sommersaison-Geschäft an der frischen Luft können wir kältere Temperaturen i.d.R. durch Decken auffangen und brauchen keine Heizung.

Durch die zentrale Lage des Stadthafens, die Bereitstellung von Fahrradständern und unser Engagement für einen autofreien Bereich am Hafen (gemeinsam mit dem Hafenamts) wird die Anreise mit dem Fahrrad oder zu Fuß begünstigt.

Seit 2013 haben wir auf Komposttoiletten gesetzt, um auch diesen Prozess im Kreis zu denken. Hier waren die ökologischen und personellen Kosten der "Kompostierung/Entsorgung" jedoch nicht mehr hinnehmbar, weswegen wir seit 2021 auf eine Kombination aus wasserlosen Urinalen (3 Stk.) und konventionellen Sitztoiletten (2 Stk.) mit Wasserspülung setzen.

Wir versuchen also, in fast allen Bereichen unserer Geschäftstätigkeit und z.T. darüber hinaus, ökologische Auswirkungen so gering wie möglich zu halten (siehe auch A3, B3, C3). Bisher gab es allerdings weder eine klare Strategie diesbezüglich, noch eine umfassende Evaluierung in Form einer CO<sub>2</sub>-Bilanz.

## Suffizienz, Effizienz & Maßvoller Konsum

Der Kreislaufgedanke ist vorhanden. Wir arbeiten fast ausschließlich mit Mehrweggefäßen. In erster Linie versuchen wir, Müll zu vermeiden und - wo das nicht möglich ist - gewissenhaft zu trennen. Durch die Teilnahme an der PFS-Initiative haben wir uns einer umfassenden Müllinventur unterzogen und Einsparungspotentiale eruiert und vorgenommen. Wir sind Fans von Upcycling und reparieren gerne, bevor wir neu kaufen. Auch weil wir ein saisonaler Betrieb sind, leihen und sharen wir viel lieber, als zu besitzen (Kühlschränke, Autos, Eismaschinen, Kaffeemaschine (2020), Kaffeemühle, Fritteuse (2020/21) usw.). Der Suffizienz-Gedanke ist

insofern stark verankert, als dass wir keine Kredite aufgenommen haben, um ein übermäßiges Wachstum voranzutreiben.

Auch in unserer Kommunikation mit unseren Gästen fördern wir einen maßvollen Konsum:

- Aufforderung/Suggestion, auf Strohhalme zu verzichten oder sie wiederzuverwenden
- Mülltrennung auf Kund:innenseite
- Ökoklos
- Thema Alkoholisierungsgrad (s. D1)
- Nachos: wenig Salsa - mit der Option, nachzuholen
- keine Einwegbecher, nur Mehrweg
- Bitte, beim Verzehr des Eisbechers vor Ort Mehrweg-Löffel zu verwenden
- bei Kindern: Hinweis auf Größe des Eisbechers & Empfehlung, zu teilen; Empfehlung von zucker-ärmeren Getränken
- bevorzugte Empfehlung von regionalen, veganen und/oder Bio-Produkten

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Im Rahmen von PFS und #MHDH wurden weitere Sensibilisierungskampagnen am Rost Dock durchgeführt. Die Teilnahme an der stadtweiten Mehrwegkampagne wurde durch eine Beachflag signalisiert; ein teilweise mit Kippenstummeln und Kronkorken befüllter Barfußpfad hat spielerisch Aufmerksamkeit für die Verschmutzung des öffentlichen Raumes erzeugt; eine Mehrweglösung für das VEIS-Eis wurde gefunden (2022); durch das hauseigene Pommesangebot in 2020 & 2022 als Alternative zu Lieferdiensten wurde weniger Verpackungsmüll festgestellt; Strohhalme aus Apfeltrester, welche in Deutschland gefertigt werden, ersetzen die Nudel-Strohhalme aus Italien.

Wir haben weiter Wege gefunden, unsere Kund:innen durch niedrigschwellige Kommunikation und kreative Ideen unaufdringlich für ökologische Themen zu sensibilisieren und zu nachhaltigerem Verhalten einzuladen, ohne abschreckend zu wirken (z.B. Einladung, auf Strohhalme zu verzichten; Verteilen von Strandaschenbechern; leckeres Eis, das ganz selbstverständlich ohne tierische Produkte auskommt; wiederkehrende Installation des "Tatorts Zigarettenstummel"). Hier haben unsere Bestrebungen einen großen ehrenamtlichen Umfang, dem wir mit der #MeinHafenDeinHafen-Initiative eine gute Plattform und ein Gesicht geben können.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Aufstocken der Fahrrad-Stellplätze (um bestehenden Bedarf abzudecken)
- In diesem Jahr (2022) hat Samuel an einer Mehrweglösung für den Lieferdienst gearbeitet, die es noch zu implementieren gilt

- Weiter witzige Kampagnen entwickeln, die ökologisch sensibilisieren & zum Umdenken anregen (z.B. magnetischer Kronkorken-Baum)
- Bei Schnaps und Weinflaschen-Anbietern auf Pfandsysteme achten (allerdings sind uns in Rostock keine Anbieter bekannt)
- Abwägungsprozess zwischen verpackungsarm (z.B. Großpackung, aber nicht Bio) vs. Bio-Qualitätsprodukt (aber verpackungsintensiv) weiterführen (Bsp: Nachos).
- Abwägungsprozess zwischen Kooperation mit Lieferdiensten (verpackungsintensiv) und eigenem Angebot weiterführen

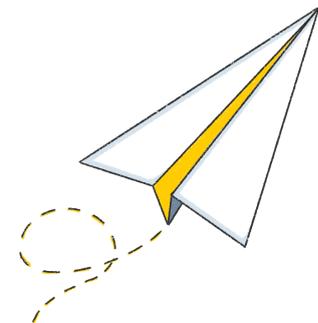
**D3 Selbsteinschätzung:**

**Fortgeschritten (3 Punkte)**

## D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

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

## D4 Kund:innen-Mitwirkung und Produkttransparenz



In Bezug auf die Getränke an der Bar gibt es keine aktive Policy zur Mitbestimmung und Entscheidung. Auskunft erteilen wir allerdings gerne und bereitwillig. Auf Anfrage von Kund:innen wurde das Sortiment erweitert (Bsp. fritz orange, fritz honigmelone). Häufen sich Wünsche oder Beschwerden beim Verkauf, wird darauf eingegangen. Die Kontaktaufnahme über ein Online-Formular auf unserer Webseite, via E-Mail und direkt an der Kasse ist möglich und gewünscht. Impulse zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen werden aufgenommen (z.B. 2021 Hinweis auf datenschutzrechtlich bessere Alternative zur Luca-App), allerdings gab es bisher wenig stimulierende Anfragen in sozial-ökologischer Hinsicht. Viel häufiger sind aktive Nachfragen nach ökologisch weniger sinnvollen Produkten (z.B. Strohhalme, Wegwerfgeschirr, Wassertoiletten).

Wünsche zur allgemeinen Stadthafengestaltung und dem daraus resultierenden Angebot wurden und werden im Rahmen der Bierdeckelumfrage, der #MHDH-Initiative sowie weiterer Beteiligungsprozesse aktiv eingeholt und nach Ressourcenverfügbarkeit zeitnah umgesetzt. Sie sind integraler Bestandteil eines bedarfsorientierten Konzeptes und Selbstverständnisses für den Entwicklungsprozess am Hafen.

## Verpflichtende Indikatoren

Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind:	Das Rost Dock als Entität zur Belebung des Rostocker Stadthafens ist ein Produkt aus einem klar gefassten politischen Wunsch einer entsprechenden Arbeitsgruppe und der o.a. Abfrage von Bedarfen/Wünschen und Beobachtungen am Hafen. Diesem allgemein gefassten Wunsch nach mehr Aufenthaltsqualität am Hafen sind wir nachgekommen, ohne allerdings alle geschmacklichen Vorlieben potentieller Kund:innen abzufragen und in die Getränkeauswahl zu integrieren ;) Die Frage, die sich daraus ergibt, ist, was ist das Produkt und wo setzen wir an?
	Konkrete Verbesserungen durch Gäste-Mitwirkung: 3 (probeweise Aufnahme des Vöklprodukts Biozisch in 2022; 2021 Angebot einer datenschutzrechtlich unbedenklicher Alternative zur Luca-App für die Gäste-Erfassung in Zeiten von Corona; 2022 Erproben von Trinkgeld bei Kartenzahlung nach Hinweis von Gästen)
Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes)	100%?! <sup>36</sup>
Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes)	0 % (Starke Anregung. Interessant wäre z.B. eine betriebswirtschaftliche Kostenrechnung eines Cuba Libre vor und nach GWÖ Bilanzierung. Bei dem fairen Caipirinha hatten wir einen ähnlichen Ansatz schon mal ins Auge gefasst, auch um in Erfahrung zu bringen, wie viel "Nachhaltigkeit" Kund:innen bereit wären zu zahlen; haben das dann aber wegen des erhöhten Kommunikationsaufwands nicht weiter umgesetzt.)

## Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die direkte Kommunikation mit Gästen vor Ort bleibt unser Hauptkanal für Anregungen, Fragen & Kritik. Darüber hinaus haben wir teamintern in 2020 & 2021 Wege diskutiert, wie mit Kritik an unserer Corona-Policy (Maskenpflicht bei der Bestellung) umzugehen ist - Mitarbeitende wurden

<sup>36</sup> wobei bei den meisten alkoholischen Getränken keine Inhaltsstoffe angegeben werden (müssen). Beispiel Wein: Wenige der bis zu 50 Zusatzstoffe müssen ausgewiesen werden (siehe [Böhmermann](#)). Auf Nachfrage informieren wir unsere Gäste bestmöglich über den Ursprung und die Qualität unserer Produkte; zudem ist durch unseren gut einsehbaren Bar-Bereich unsere Arbeitsweise sehr transparent.

ermutigt, je nach Kapazität, für entsprechende Gespräche eine ruhige Ecke in Bar-Nähe zu suchen und dort transparent unsere Beweggründe für die konsequente Regelung darzustellen, und gleichzeitig der Gegenseite zuzuhören, solange ein respektvoller Umgang möglich war. So war zwar keine Mitbestimmung möglich, aber immerhin eine gewisse Transparenz sichergestellt. Auf unserer Webseite und z.T. vor Ort bitten wir Gäste, selbst aufmerksam zu sein, wenn sie am Rost Dock diskriminierendes oder schlicht respektloses Verhalten beobachten, und laden sie ein, sich ggfs. Unterstützung bei uns am Tresen zu holen.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Für Anregungen von Gästen am Rost Dock sind wir immer offen und haben schon mehrfach Wünsche bzgl. des Sortiments berücksichtigt. Logistisch und platztechnisch sind wir aber begrenzt. Trotzdem versuchen wir den Gästen zumindest immer eine Alternative zu EINEM Produkt zu geben. Bisher ist uns nicht bekannt, dass es ein gesteigertes Gäste-Interesse gibt, unsere Produktauswahl mitzubestimmen. Allerdings ist die Idee eines Mitmach-Cafes oder -Bar lustig. Die Preisfindung/-überlegungen offenzulegen oder offener darzustellen kann ein Vorhaben für die zukünftigen Jahre werden (und deckt sich auch mit dem 2022 festgestellten Wunsch der MA nach mehr Transparenz). Mischkalkulationen und gesamtbetriebswirtschaftliche Strategien lassen das Vorhaben aber als äußerst aufwändig dastehen. Wie berechne ich die Pflanzen, die wir kaufen, pflegen und bewässern müssen mit in den Preis meiner Kola ein?

Wir sind bemüht, E-Mails zeitnah zu beantworten, haben uns allerdings aufgrund begrenzter Kapazitäten bewusst entschlossen, Anfragen über Social-Media-Kanäle nicht zu beantworten (dies kommunizieren wir deutlich). Es ist sicher lohnenswert, niedrigschwellige Feedback-Möglichkeiten zu eruieren, die auch über das gastronomische Angebot hinausgehen (ähnlich der Bierdeckel-Umfrage; z.B. ein "schwarzes Brett" o.ä.) - allerdings müssten wir klären, mit welchen Kapazitäten solche Angebote betreut werden sollen. Für eine verbesserte Transparenz erscheint es sinnvoll, den Alkoholgehalt von Cocktails, Bieren und Weinen deutlicher auszuweisen (s. Negativaspekt D4).

### **D4 Selbsteinschätzung:**

### **Erste Schritte (1 Punkt)**

## D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Das Rost Dock kann bestätigen, dass die Produkte keine nicht ausgewiesenen Schadstoffe enthalten, die Kund:innen und Umwelt belasten und dass keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckmäßigen Verwendung der Produkte entstehen.

Alkohol könnte womöglich in die Kategorie der Gefahrenstoffe gezählt werden, obgleich er nach unserer Kenntnis bei geringem/maßvollen Konsum keine schädlichen Nebenwirkungen hat. Durch die Produktbezeichnung (Cocktails vs. alkoholfreie Cocktails, Bier vs. alkoholfreies Bier) weisen wir darauf hin, welche Getränke Alkohol enthalten und welche nicht. Der genaue

Alkoholgehalt wird bisher nur auf den Flaschengetränken (v.a. Bier & Radler) ausgewiesen, auf Cocktails & Weinen nicht. Aus unserer Erfahrung ist es aber auch fraglich, ob so eine Ausweisung den Alkoholkonsum eher regulieren oder bei bestimmten Besucher:innen nicht sogar noch befeuern würde – das direkte Gespräch und die Bereitstellung und Bewerbung von (günstigeren und leckeren) alkoholfreien Alternativen erscheint uns die geeignetere Möglichkeit und kann noch mehr strategisch fokussiert werden. Die Frage, ob doch eher Café statt Bar oder ob es überhaupt Alkohol benötigt, muss an anderer Stelle geklärt werden.



# E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

## Menschliche Grundbedürfnisse gemäß GWÖ-Handbuch Kompaktbilanz (5.0) nach M. Max-Neef und M. Rosenberg:

1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden
2. Schutz/Sicherheit
3. Zuneigung/Liebe
4. Verstehen/Einfühlung
5. Teilnehmen/Geborgenheit
6. Muße/Erholung
7. kreatives Schaffen
8. Identität/Sinn
9. Freiheit/Autonomie

### Erfüllen der Grundbedürfnisse?!

Erfüllen unsere Angebote menschliche Grundbedürfnisse? - Philosophische Frage! Das Rost Dock ist ein Ort des unbeschwerten Zusammenkommens und Austausches mit kulturellem und künstlerischem Angebot. Dazu werden kalte Getränke gegen Geld gereicht. Häufiges Zitat von Kolleg:innen aus der Branche: "Wir können nur Bockwurst und Bier. Ihr vermittelt auch Inhalte." Inwieweit der Ausschank von Alkohol hierfür zwingend notwendig ist, ist sicher eine Debatte wert! Für Sascha als einen der GF zum Beispiel ist die Bar wirtschaftliches Mittel zum Zweck. Die gesamte Containeranlage dient zum Einen als Ort der Selbstverwirklichung für ihn, seinen Geschäftspartner sowie die Mitarbeitenden und Mitstreiter:innen, die Bock darauf haben. Zum Anderen ist es auch eine spielerische und experimentelle Plattform für viele bereits beschriebene diverse Aktivitäten. Kern ist das Selbstverständnis zur Aneignung und Mitgestaltung von öffentlichen Räumen.

### Förderung des persönlichen Wachstums bzw. der Gesundheit

Das Rost Dock als Gesamtprodukt ist hoffentlich zuträglich für das allgemeine Wohlbefinden und dient als Stressminderer im Alltag. Ein gesundes Maß an entsprechenden Getränken sollte in der Eigenverantwortung der Menschen liegen. Alle hochprozentigen Getränke sind sicher nicht gut für die Gesundheit und das persönliche Wachstum. Hier können wir nur über Preise und Kommunikation regulierend eingreifen oder müssten das Konzept Bar als wirtschaftliches Kerngeschäft grundsätzlich in Frage stellen... Den Bias der Gemeinwohlabilanzierung gegenüber

einer Bar, die stark auf den Ausschank von alkoholischen Getränken ausgerichtet ist, können wir nachvollziehen, und versuchen ihn durch den hier beschriebenen Umgang und das Zusatzangebot zu überwinden. (Die potenzierten Schäden durch Alkoholverkauf; schwer nachvollziehbare Lieferketten und Gesundheitsrisiken sind uns bewusst.)

### Luxus pur?!

In unserem Sortiment gibt es keine Luxusprodukte wie z.B. Champagner. Der Preis des Getränks steht meistens im Verhältnis zur Menge an Alkohol oder der Qualität des Alkohols. Die Preispolitik ist so gefasst, dass es zumindest ein leistbares Getränk gibt: Tee 2,00 € (mit Refill), Weinschorle 3,90, und einen wirklich guten Kaffee für 2,80 €.



Grafik: Die UN-Entwicklungsziele (Quelle: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/news/communications-material/>)

### Lösung von gesellschaftlichen/ökologischen Problemen

Bei unserem Handeln und Wirken im Hafen orientieren wir uns an den für uns zutreffenden UN-Nachhaltigkeitszielen (Sustainable Development Goals, kurz: SDGs): Für 5, 6 & 8 engagieren wir uns im Rahmen unserer zuvor beschriebenen Tätigkeiten und achten natürlich auf Geschlechtergerechtigkeit im Barbetrieb (letzteres seit 3 Jahren verstärkt strategisch und intuitiv gefühlt schon immer). Act local, think global ist auch ein Leitspruch, an dem wir unser betriebswirtschaftliches und konzeptionelles Handeln orientieren (siehe auch A1-3). Für 11, 12 und 13 sowie indirekt auch weitere Ziele engagieren wir uns vor allem im Rahmen unserer Tätigkeiten im KuBuS-Verein und den Initiativen. Für 14 & 15 sensibilisieren wir zum Beispiel mit Installationen („Schrottwahl“ über Meeresverschmutzung, oder „Tatort: Hafenkante“/#dasmeerbeginnt zur Kippenstummel-Problematik) und mit dem Verteilen von kostenlosen Strandaschenbechern.

## Verpflichtende Indikatoren: Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes (Schätzungen)

Erfüllte Bedürfnisse	<p>75% decken Grundbedürfnisse:  (z.B. Muße/Erholung: Aufenthalt an frischer Luft/in Wassernähe u.a. in Liegestühlen; Zuneigung/Liebe/Verstehen/Einfühlung: schön gestalteter Ort für zwischenmenschlichen Austausch;  Teilnehmen/Geborgenheit: kostenlose Konzerte, freundliches &amp; respektvolles Team; kreatives Schaffen &amp; Freiheit/Autonomie: z.B. Jazz Jam Session für Gäste, gesamtes Areal für GF und Mitarbeitende;  Schutz/Sicherheit: belebter, beleuchteter &amp; z.T. witterungsgeschützter Raum in einem sonst v.a. nachts eher „sich selbst überlassenen“ Gebiet à Anlaufpunkt mit gewisser sozialer ‚Kontroll‘funktion;  Wohlbefinden/Gesundheit: alles Vorherige zusammengenommen &amp; Begrünung des öffentlichen Raums; Identität/Sinn: ermutigendes/inspirierendes Beispiel für die selbstwirksame Gestaltung des öffentlichen Raums)</p> <p>5% sind Statussymbol/Luxus (Hafen auch als Pflaster fürs “Sehen &amp; Gesehen-Werden)</p>
Entwicklungsförderung	<p>a) der Menschen 85 %  (bezogen v.a. auf die, die sich aktiv (“prosumieren”) einbringen, den Ort Mitzugestalten und auszufüllen: Open Piano, Jazz, Swing Tanz, Familienspiele, Greenpeace Pubquiz, Puppentheater der jüdischen Gemeinde, Achterdeck usw.)</p> <p>b) der Erde/Biosphäre 5 % (Mobile Bäume, Hochbeete und Dachgarten auf der sonst 100% gepflasterten, steinernen Hafenfläche; Sensibilisierungskampagnen zu Kippenstummeln und Gewässer-Vermüllung)</p>
Problemlösung gemäß SDGs	<p>0,05%  (Nicht direkt! Wir sensibilisieren nur. Durch die GWÖ-Bilanzierung, aber auch schon vorher, versuchen wir, die Ziele soweit anwendbar zu leben und umzusetzen. (Geschlechtergleichbehandlung etc. siehe andere Kapitel). Wir verstehen uns als Impulsgeber für eine nachhaltigere und vielfältigere Nutzungskultur im öffentlichen Raum am Stadthafen. Wir sind bemüht um ein möglichst durchmischtes Publikum/Kundenstamm in Alter, Herkunft, sexueller Orientierung, um dem Anspruch: Ort der Begegnung über gewisse Nischen, Lager, Milieus und Blasen hinaus, gerecht zu werden ohne farblos zu sein.</p>
Nutzenarten	<p><b>Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen: 40 %</b>  (Ausgelassenheit, soziale Rituale &amp; Geselligkeit/Zusammenkommen, Freude, Positiver Rausch, Entspannung, Durstlöschen)</p> <p><b>Hemmender/Pseudo-Nutzen: 50 %</b></p>

---

(Enthemmung, Leichtigkeit, Verdrängung)

**Negativnutzen: 10 %**

(u.a. Kopfschmerzen, Aggressivität, Unangenehmes Verhalten)

---

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Fördermittelakquise (durch KuBuS e.V.) für Jazz-Konzerte als finanzielle Basis für Musiker:innen → öffentlicher Experimentierraum
- In Bezug auf die menschenunwürdigen Produkte haben wir im Berichtszeitraum entschieden mehr auf alkoholfreie Getränke (inkl. alkoholfreie Biere & alkoholfreie Cocktails) zu setzen und auch mit nichalkoholischem Gin experimentiert.

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

Als Ort des Zusammenkommens und Austausches haben wir fast alles erreicht, was wir uns vorgenommen haben, entwickeln uns aber auch stetig mit den neu gewonnenen Erkenntnissen zur urbanen Praxis weiter. Es ist uns gelungen, Nutzer:innengruppen, die vorher kaum oder selten am Hafen waren, zu gewinnen und ihre Aufenthaltsdauer und Freude zu steigern. Hier wird der Hafen seinem alten Bild eines sozialen, ethischen und demographisch durchmischten Raumes wieder gerecht. Das möchten wir weiter fördern und auch Räume in nächster Nähe zum Rost Dock ohne jeglichen Konsumzwang entwickeln (Hafenplatz). Nach der Auseinandersetzung mit den Negativaspekten könnte eine erste Maßnahme sein, auf extrem hochprozentige Cocktails und Shots von hochprozentigem Alkohol zu verzichten. Des Weiteren sollten wir die alkoholfreien Cocktails nicht mehr Kindercocktails nennen, obwohl das immer sehr lustig war und Humor ja bekanntlich gesundheitsfördernd ist. Unsere kleinen Spitzen gegen Teetrinker:innen werden wir uns in Zukunft auch sparen.

**E1 Selbsteinschätzung:**

**Fortgeschritten (2 Punkte)**

## E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Das Rost Dock kann leider nicht bestätigen, dass keine der GWÖ-gelisteten menschenunwürdigen Produkte verkauft werden. Alkohol wird ausgeschenkt, auf Tabakwaren wurde bewusst verzichtet.

Umsatzanteil von alkoholischen Getränken:

**Vollbilanz: Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und**

**Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?**

**□□ Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre**

unseres Planeten?

Verpflichtende Indikatoren

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen

Kund\*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben

Bewertungsstufen inkl. Punktezah|

Umsatzanteil der „unethischen“ Produkte/Dienstleistungen | Abzugspunkte

bis 2 % | 100 Minuspunkte

bis 5 % | 150 Minuspunkte

über 5 % | 200 Minuspunkte

**E1 Negativaspekt Selbsteinschätzung:**

**-20 Punkte**

## E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Dadurch, dass wir keine Kredite haben und auch keine unnötigen Investitionen tätigen, reparieren, upcyclen und als GFs selber viel mitarbeiten, zahlen wir im branchenüblichen Vergleich einen verhältnismäßig sehr hohen Anteil an Steuern und tragen so materiell zum Erhalt des Gemeinwesens bei. Zudem werden alle Buchungen über das elektronische Kassensystem erfasst und Dienstleistungsangebote ohne offizielle Rechnung konsequent abgelehnt.

	2020	2021
<b>Umsatz</b>	ca. 285.000,- €	ca. 344.000,- €
<b>Abgaben</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Umsatzsteuer	37.851,- €	k.A.
Gewerbsteuer	12.578,- €	k.A.
Gesetzliche Sozialaufwendungen	ca. 7.000,- €	k.A.
Krankenkassenbeiträge GFs	10.800,- €/je GF <sup>37</sup>	10.788,- €/je GF <sup>38</sup>
Einkommensteuer GFs	13.300,- €/je GF	13.300,- €/je GF
Beiträge zur Berufsgenossenschaft	331,- €	k.A.
KSK	51,28 €	924,- €
Lohnsteuer	k.A.	988,09 €
SV Beiträge AG-Anteil	ca. 7000,- €	6.730,15 €
SV Beiträge AN-Anteil	k.A.	3.954,95 €
IHK-Beiträge	1.350,- €	1.350,- €
Steuerbüro	k.A.	14.390,- €
Zahlungen an die Stadt	k.A.	12.602,- € <sup>39</sup>
<b>Förderungen</b>	9.000,- € (Corona-Soforthilfe)	1.730,- € (Lastenrad Förderung) <sup>40</sup>

<sup>37</sup> Berechnungsgrundlage: TK-Beitrag und EStE-Beitrag von Sascha

<sup>38</sup> Berechnungsgrundlage: TK-Beitrag von Sascha

<sup>39</sup> In den Kosten sind fast alle Zahlungen an die unterschiedlichen Ämter der Stadt Rostock für Mieten, Betriebskosten und Gebühren enthalten.

<sup>40</sup> "Förderung von innovativen marktreifen Klimaschutzprodukten (Kleinserien-Richtlinie)"



### **Aufwand an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung für freiwilliges gesellschaftliches Engagement**

Leider haben wir, angestoßen durch den GWÖ-Prozess, erst jetzt (2022) angefangen, ein Zeitkonto für alle unsere Tätigkeiten zu führen. Zugleich schwimmen die Arbeitszeiten, die wir in den Initiativen, dem Verein und im Unternehmen für Ehrenamt aufwenden, stark, da das Unternehmen als Plattform mit entsprechender Infrastruktur dient (vgl. auch D2). Besprechungen mit dem Hafenamts und Teilnehmenden der #MHDH-Initiative, Treffen für plastikfreie Stadt, für den Meeresmüllstammtisch und für KuBuS e.V. finden in den Sommermonaten zu einem großen Anteil im Rost Dock statt. Hier nehmen wir keine Miete und können daher den Aufwand nicht genau nachvollziehen. Der Umwelttag, die Hafengalerie, die Jazzkonzerte, das Achterdeck sind alles Aktivitäten, die an das Rost Dock gekoppelt sind. Hier dient das Rost Dock als Facilitator und Unterstützer. Die Toilettenkabinen und der Dachgarten gehören z.B. dem Verein. Zwar haben wir keine Förderungen dafür bekommen, sie passen aber zum Zweckbetrieb des Vereins (Umweltschutz, Umweltbildung - und Kunst: die Toilettenkabinen wurden von unterschiedlichen Künstler:innen bemalt). Allein der Dachgarten hat ca. 100 Arbeitsstunden benötigt und mit Materialaufwand und Transportkosten ca. 5.000,- € gekostet.

### **Nachhaltige Auswirkungen des freiwilligen Engagements**

- Der Naherholungscharakter des Stadthafens wird durch das Angebot und die kleinteilige Infrastruktur gestärkt und die Aufenthaltsqualität verbessert. Im Berichtszeitraum wurden gemeinsam mit dem Hafenamts und dem KuBuS e.V. ca. 40.000 € investiert und die Realisierung war nur mit viel ehrenamtlichem Engagement möglich (Hochbeete mit Sitzbänken (Herstellung durch DRK-Werkstätten) 12.000,- € ; Planung, Bauzeichnung und Pflege durch ehrenamtliche Arbeit (ca. 350 h) | Hafentoilette Kaufpreis + Transport + Ausstattung ca. (6000,- €), Gestaltung, Pflege, Nutzungs-Kultur leiten ehrenamtliche Arbeit (100 h) | Kunstprojekte: Gestaltung "Hafenschweine" ehrenamtliche Arbeit: Bemalung und Verteilung (100 h) | Hafengalerie: Investition zur Gestaltung von 33 Trafokästen mit 11 Künstlerinnen (22.000,- €), ehrenamtlicher Anteil ca (350h) usw.).

- Mit der MHDH-Initiative und dem daraus entwickelten Trialog (Gesprächsformat mit Stakeholdern des Hafens für gemeinsame Zielsetzung nach dem Common Impact Verfahren) konnte ein für Rostock neuer Ansatz der Gesprächskultur zwischen Verwaltung, Zivilgesellschaft und Unternehmen mit großem Erfolg etabliert werden. In 3 Gesprächs- und Arbeitskreisen waren insgesamt der Oberbürgermeister, 2 Senatoren, die jeweiligen Amtsleiter:innen und viele weitere fachkundige und interessierte Akteure beteiligt (ca. 100h ehrenamtliche Arbeit; Koordinationstermine, Durchführung, Auswertung & Dokumentation)
- Mit dem Rost Dock konnte vor allem in der gastronomischen Branche ein Best Practice Beispiel mit Strahlkraft für verantwortungsvolles, experimentierfreudiges und engagiertes Unternehmertum gesetzt werden.

### Verpflichtende Indikatoren

#### Nettoabgabenquote

(siehe Tabelle)

- effektiv bezahlte Ertragssteuer
- Lohnsummenabhängige Steuern & SV-Beiträge der Arbeitgeber
- Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten
- abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an betrieblichem Nutzen dieser Leistungen (in Prozent des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit)

Zum Teil bereits ausgeführt. Eine genauere Angabe der finanziellen Mittel und der erbrachten Leistung kann aufgrund fehlender Dokumentation nicht gemacht werden.

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

Der Bereich ist so umfassend, dass es immer Verbesserungspotenziale auszuschöpfen gibt. Die durch die GWÖ-Bilanzierung gesetzten Impulse geben uns einen roten Leitfadens, unser Engagement zu dokumentieren und zu evaluieren, sodass eine gute Entscheidungsgrundlage für Verbesserungspotenziale entstehen sollte.

**E2 Selbsteinschätzung:**

**Vorbildlich (7 Punkte)**

## E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Das Unternehmen 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. Eher das Gegenteil ist der Fall.

Mögliche Steuervorteile/Steuereinsparungen sowie anrechenbare Kosten werden nicht ausgeschöpft - fehlende Zeit und Interesse.

## E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden.

## E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

### Negative/Positive Umweltwirkungen der betrieblichen Arbeitsprozesse

Wir behaupten, dass unser Unternehmen in der Phase von Produktanlieferung und Verkauf/Verzehr/Gästaufenthalt kaum negative Umwelteinwirkungen verursacht. Die Containeranlage Rost Dock ist sehr zentral und damit für viele Gäste fußläufig oder mit dem Fahrrad gut zu erreichen (außerdem machen wir uns stark für eine Bushaltestelle am Hafen, damit auch Menschen aus den Plattenbaugebieten ohne das Auto den Hafen erreichen können). Mit der Anlage wird keinerlei Fläche versiegelt (positive Auswirkung durch Begrünung siehe andere Kapitel). Zudem befindet sie sich auf einer ehemaligen Industriefläche (Hafengebiet). Die Geräuschemission durch Veranstaltungen ist im Vergleich zur nahegelegenen L22<sup>41</sup> und zu anderen Nutzer:innen am Stadthafen zu vernachlässigen, zumal wir uns aus Rücksicht auf die Anwohner:innen der gegenüberliegenden Uferseite an die Lärmschutzauflagen halten. Unser Müllaufkommen ist im Branchenvergleich verhältnismäßig gering. Es findet eine zweiwöchentliche Entleerung von zwei mal 240l Restmüll und zwei mal 240l Recyclingmüll durch die Stadtentsorgung Rostock statt. Pappe und Glas werden gesondert jeden Tag in öffentlichen Containern geleert. Biomüll (täglich ca. 10 kg durch die Cocktails) wird bisher auch im Restmüll entsorgt. Ansonsten kümmern wir uns in einem Radius von ca. 100m um einen Großteil des Fremdmülls mit und versuchen auch in einem Radius von 200m überzogenes vandalistisches Verhalten, meist begleitet von starkem Lärm, zu regulieren. Die Ökotoiletten wurden 2018 mit einer Solaranlage ausgestattet, um den Strom für das Licht auf der Toilette zu erzeugen. Hier ging es um ein anschauliches Beispiel von Kreislaufwirtschaft. Allerdings haben wir den Rückschritt bei den Toiletten bereits erörtert. Zudem hat die 800,- € teure Batterie nach der Winterlagerung den Dienst in den darauffolgenden Jahren nicht mehr vollumfänglich getan und das Vorhaben ist seit 2020 etwas eingeschlafen.

Von den Daten zu den wesentlichen Umweltauswirkungen haben wir im Rahmen der PFS-Initiative den anfallenden Plastikmüll (2019) erhoben. Andere Umweltdaten werden weder erhoben noch veröffentlicht.

---

<sup>41</sup> meistbefahrene Straße von M-V mit fast 40 000 PKWs und LKWs pro Tag

## Verpflichtende Indikatoren

Ausstoß klimawirksamer Gase in kg	Nicht erfasst, aber volumentechnisch vermutlich nicht schwerwiegend. (weitestgehend autofreie Mobilität etc., siehe vergangene Kapitel zu ökolog. Nachhaltigkeit)
Transporte (& CO <sub>2</sub> -Äquivalent) in km bzw. kg	Getränkeliieferung fast täglich mit LKW (7,5t) durch Gülzow. Fahrt ist mit anderen Lieferstellen kombiniert. Die Entfernung zum Rost Dock beträgt 3,3 km. Ca. 280 km/Saison. Hinzukommen noch die Speditionsfahrten durch Schuhmacher für den Auf- und Abbau sowie ggf. Umpositionierungen während der Hanse Sail (40t Sattelschlepper mit Anhänger ca. 100 km)
Stromverbrauch (und dessen CO <sub>2</sub> -Äquivalent) in kWh bzw. kg	7.687 kw/h (2021)
Gasverbrauch	-
Heizenergie	Sicherlich nicht ganz ohne Auswirkung auf die Umwelt ist der Verbrauch von Kühlmittel (R134a). Hier werden ca. alle 2 Jahre 2 kg nachgefüllt. Das Äquivalent liegt dementsprechend bei 1430 kg/pro Saison.
Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m <sup>3</sup>	71,7 m <sup>3</sup> (2021)
Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg	Keine. (Nur Reinigungs- & Desinfektionsmittel, von denen wir nach Möglichkeit umweltverträgliche Produkte wählen)
Papierverbrauch in kg	ca. 4 Pakete A4 pro Saison für die Buchhaltung (entspricht ca. 5kg) + 40 Bonrollen wegen der Bonpflicht pro Saison
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg	k.A.
Abfall Gelbe Tonne/ Restmüll	3,3 m <sup>3</sup> /4,3 m <sup>3</sup> (2021)

Kunstlichteinsatz in Lumen, kWh	Bisher nicht separat erfasst <sup>42</sup>
Schadstoffemissionen in kg	Steckt in Lieferfahrten. Alle anderen Fahrten finden mit dem Fahrrad statt. Die Wohnung der GF's sind 1 km entfernt. Bei den MA's handelt es sich um ähnliche Distanzen.

*[Derzeit fehlt uns die Zeit und Expertise, einen vollständigen CO<sub>2</sub>-Verbrauch zu berechnen.]*

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Das größte Einsparpotenzial in Bezug auf die CO<sub>2</sub>-Produktion liegt sicherlich bei der Anreise unserer Kund:innen. Unsere Zusammenarbeit mit dem Hafenamts hat 2020 dazu geführt, dass ein großer Teil des Stadthafenareals (ca. 2 ha) durch Abgrenzungssteine (sogenannte Hafenschweine) autofrei geworden ist. Zudem begünstigt der Verkauf von Alkohol nicht das Vorhaben, mit dem Auto anzureisen (positiver Effekt von Alkohol :)). Generell ist davon auszugehen, dass nicht mehr als 10% unserer Kunden extra mit dem Auto zu uns "anreisen". Weitere Maßnahmen wurden bereits ausgiebig beschrieben (z.B. Dachgarten, Hochbeete, mobile Bepflanzungen, Lastenrad-Anhänger, Sharingpolicy usw.)

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Durch eine deutlichere und klarere Kommunikation unserer Nachhaltigkeitsstrategie, welche durch den GWÖ-Bericht vorliegen wird, möchten wir unsere Gäste und andere Mitunternehmer:innen in Zukunft stärker sensibilisieren.

### **E3 Selbsteinschätzung:**

**Basislinie (1 Punkt)**

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

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

<sup>42</sup> Beleuchtung ab Dämmerung bis ca. 24 Uhr: ca. 12 Neonröhren im freien (orange ,abgedunkelt'); ca. 6 Neonröhren in den Containern, ohne weite Streukraft nach außen; 1 lange Lichterkette mit etwa 20 Glühbirnen).

# E4 **Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung**

## **Zugang zu wesentlichen Informationen für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen**

In erster Linie sind für die Öffentlichkeit qualitative Informationen über das Rost Dock und die angebotenen Initiativen (MHDH, PFS, KuBuS e.V.) zugänglich, das heißt z.B. Leitlinien/Selbstverständnis, Zielstellungen, vergangene und aktuelle Aktivitäten, ggfs. auch Fördermittelgeber:innen (alles in eher knapper Form). Diese Infos sind vor allem über die jeweiligen Webseiten einsehbar:

- Rost Dock: <https://rost-dock.de/2022-verantwortung/>
- #MHDH: <https://www.rostock.de/lifestyle/meinhafendeinhafen.html>
- PFS: <https://plastikfreiestadt.org/>
- KuBuS e.V. <https://kubus-verein.de/> (noch im Aufbau)

Zusätzlich treten wir punktuell in lokalen Medien auf, um konzeptionelle/inhaltliche Neuerungen zu kommunizieren. So haben wir beispielsweise in 2022 zu Beginn der Saison mit der Ostsee-Zeitung über den bevorstehenden Prozess der Gemeinwohlbilanzierung gesprochen, um GWÖ-Themen auch in Mecklenburg-Vorpommern zu platzieren.

## **Wege des Dialogs zwischen Unternehmen & Bürger:innen**

Bis ins Jahr 2022 waren es fast ausschließlich unsere Gäste und (potenzielle) Geschäftspartner:innen, die den Kontakt zu uns gesucht haben. Grundsätzlich können alle interessierten Bürger:innen & Institutionen uns über die Homepage, via E-Mail, und je nach Betriebsamkeit auch direkt vor Ort am Rost Dock erreichen. In Aufrufen in der Ostsee-Zeitung und in Stadtmagazinen zur aktiven Beteiligung zu hafenbezogenen Themen wurde zusätzlich auf die Kontaktmöglichkeiten verwiesen.

Auch über öffentliche Bewertungen (z.B. bei Google) erreicht uns Feedback. Relevante Rückmeldungen werden in unseren regelmäßigen stattfindenden Teamtreffen thematisiert. Bei gerechtfertigter Kritik versuchen wir, die Situation zu rekonstruieren und entsprechend darauf einzugehen, ggfs. Lösungsstrategien zu entwickeln. Bei Fragen bevorzugen wir die direkte Kommunikation per E-mail anstatt auf Bewertungsplattformen oder Social-Media Kanälen. Emails werden schnellstmöglich bearbeitet.

## **Verpflichtende Indikatoren**

veröffentlichte gesellschaftliche Berichterstattung (z.B. Gemeinwohlbericht)	bis hierhin: keine
---------------------------------------------------------------------------------	--------------------

Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen)	0,5%
---------------------------------------------------------------------------------------------	------

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Das Verhalten unserer Gäste und vor allem der generellen Stadthafenbesucher:innen steht hier im Fokus unserer Bemühungen. Die zum Teil auch negativen Auswirkungen werden entsprechend bei der #MHDH-Initiative transparent gemacht und mit unterschiedlichsten Akteuren an einer Lösung gearbeitet<sup>43</sup>. Zudem möchten wir hier nochmal auf die Eingangs erwähnte Bierdeckelumfrage (Wunschkollektion) und Trialog-Prozess verweisen.

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

GWÖ-Bericht fertig stellen 😊

### E4 Selbsteinschätzung:

**Basislinie (1 Punkt)**

## E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet.

# Ausblick

## Kurzfristige Ziele

Ein klarer Schwerpunkt, aufgrund der zu Tage geförderten Defizite, liegt beim Beschaffungsmanagement. Hier möchten wir zumindest mehr regional hergestellte Alternativen vor allem bei den Spirituosen anbieten, um auch die Herkunft der Hauptrohstoffe besser nachvollziehen zu können.

<sup>43</sup> (siehe: <https://www.rostock.de/lifestyle/meinhafeneinhafen.html>)

Ein besseres Monitoring bei der investierten Arbeitszeit der GFs sowie der generellen Bilanzkennzahlen wird angestrebt, um eine fundierte Grundlage für Zukunftsinvestitionen, auch in die eigene Altersvorsorge zu haben.

Wir möchten mehr Transparenz und somit Möglichkeiten der Mitbestimmung für Mitarbeiter:innen schaffen. Die Veröffentlichung des GWÖ-Berichtes auf unserer Homepage ist die erste Maßnahme zur Umsetzung dieser Ziele.

Schlussendlich bleiben wir als Bar ein Ort, wo Alkohol ausgeschenkt wird - allerdings werden wir unsere Bemühungen verstärken, einen verantwortungs- und genussvollen Umgang weiter zu kultivieren. Stark hochprozentige Cocktails und Shots nehmen wir von der Karte oder erhöhen den Preis, um so die verzehrte Menge besser zu regulieren und die Attraktivität der entsprechenden Getränke zu verringern. Das Sortiment für alkoholfreie Alternativen wird weiter ausgebaut und besser angepriesen.

## Langfristige Ziele (3-5 Jahre)

So weit planen wir nicht voraus. Die Rost Dock Unternehmung ist vorerst bis 2025 angelegt. Dann sind sieben Jahre vergangen und die Zeit für eine Revision gekommen.

# Über die Erstellung dieser Gemeinwohl-Bilanz

## Beteiligt an der Erstellung dieses GWÖ-Berichtes waren:

- Sascha Hofmann & Samuel Drews (Verfasser) - Inhaber
- Cletus Gregor Barié (GWÖ-Prozessbegleiter) - Organisationsberater und GWÖ-Berater in Zertifizierung
- Helene Nozon (Verfasserin) - Mitarbeiterin
- Stefanie Maack (prozessbegleitend für das Themenfeld Ökologie) - Projektmanagerin beim NABU & Tandem-Partnerin des Rost Docks bei der "Transformationsreise", bei der Unternehmen und zivilgesellschaftliche Organisationen zusammengebracht werden, um gemeinsam nachhaltige Transformationsperspektiven für die Unternehmen zu entwickeln
- Hella Rihl (externe Rückmeldungen zum Kapitel C1) - Mitarbeiterin für Presse & Öffentlichkeitsarbeit der Initiative Plastikfreie Stadt

## Arbeitsaufwand in Personen-Arbeitsstunden

Sascha Hofmann (ca. 125 Stunden) + Nachbearbeitung Audit (20h)

Helene: ca. 60 Stunden + Nachbearbeitung Audit (10h)

Gregor: 50 Stunden (Schätzung Sascha)

Samuel: 15 Stunden (Schätzung Sascha) + Nachbearbeitung Audit (2h)

Stefanie: 8 Stunden (Schätzung Sascha)

Hella: 4 Stunden (Schätzung Sascha)

## Interne Kommunikation über den GWÖ-Bericht

Mitarbeitende der laufenden Saison wurden über den GWÖ-Prozess informiert und eingeladen, sich bei Interesse zu beteiligen und/oder Rückfragen zu stellen<sup>44</sup>. Sobald der Bericht fertig und einsehbar ist, werden alle Mitarbeitenden der letzten drei Saisons nochmal gesondert informiert werden.

Datum: 22.11.2022

---

<sup>44</sup> Eine Mitarbeiterin, die in einem anderen Unternehmen aktiv an einem GWÖ-Bericht mitgewirkt hat, hat daraufhin in Gesprächen Fragen zum Prozess gestellt und ihre eigenen Erfahrungen mit uns geteilt. Andere Mitarbeitende haben weniger Interesse gezeigt, was vermutlich damit zusammenhängt, dass die Arbeit am Rost Dock für die meisten eine Nebenbeschäftigung ist.

# Anhang

## 1. Konzept Rost Dock (2018)

(wird auf Wunsch nachgereicht - zu lang)

## 2. Bewerbung Richard-Siegmann-Stiftung

(wird auf Wunsch nachgereicht - zu lang)

## 3. Zeitungsartikel

### **Rost Dock im Stadthafen Rostock: Essen bis Events – Bar plant Revolution zum Wohle aller (2022)**

<https://www.ostsee-zeitung.de/lokales/rostock/rost-dock-in-rostocks-stadthafen-essen-events-konzept-bar-plant-neues-HRGVTTRPABOFBVXQVCSLMGGPSQ.html>

### **Das Leben kehrt in Rostocker Stadthafen zurück: „Darauf haben wir so lange gewartet“ (2021)**

<https://www.ostsee-zeitung.de/lokales/rostock/das-leben-kehrt-in-rostocker-stadthafen-zurueck-darauf-haben-wir-so-lange-gewartet-7UB7SZZGGOHF2RQP3TAJ22P3NU.html>

### **Rostocks Stadthafen soll noch vor der Buga attraktiver werden: Das ist geplant**

<https://www.ostsee-zeitung.de/lokales/rostock/rostocks-stadthafen-soll-noch-vor-der-buga-attraktiver-werden-das-ist-geplant-TA22RVGXB7CDHXNST34IOSEXNE.html>

### **Graffiti-Künstler verschönern Partymeile: Rostocker Stadthafen wird zur Street-Art-Galerie (2021)**

<https://www.ostsee-zeitung.de/lokales/rostock/graffiti-kuenstler-verschoenern-partymeile-rostocker-stadthafen-wird-zur-street-art-galerie-4SALZ3MDCVWPFAEDI56T3N5VMQ.html>

<https://www.ostsee-zeitung.de/lokales/rostock/rostocker-stadthafen-wird-zur-streetart-galerie-das-sind-die-werke-der-graffiti-kuenstler-IGCEE3NXA3FPU7PSXN7CETW6NU.html>

## **Nicht nur Verlierer: Wie die beiden Gastronomen vom „Rost Dock“ Corona trotzen (2020)**

<https://www.ostsee-zeitung.de/lokales/rostock/nicht-nur-verlierer-wie-die-beiden-gastronomen-vom-rost-dock-corona-trotzen-YJTWBR1JFZHL4DFOOFOEJ2BU5U.html>

## **„Plastikfreie Stadt“: Jetzt zeigt Rostock Hamburg und Bremen, wie's geht (2020)**

<https://www.ostsee-zeitung.de/lokales/rostock/plastikfreie-stadt-jetzt-zeigt-rostock-hamburg-und-bremen-wie-s-geht-OHSVWVT2EMK4FNOATMBARF7YDQ.html>

## **Das wünschen sich Rostocker im Stadthafen (2019)**

<https://www.ostsee-zeitung.de/lokales/rostock/das-wuenschen-sich-rostocker-im-stadthafen-KNFBXHL5ZOLKJU62RNUCNRWQ2A.html>

## **Klar zum Entern: Rost Dock eröffnet (2018)**

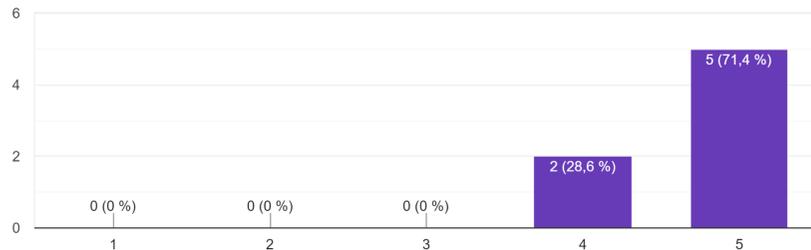
<https://www.ostsee-zeitung.de/lokales/rostock/klar-zum-entern-rost-dock-eroeffnet-SLMKV2N2HTUVJQ46HIKUQL5LGY.html>

## 4. Ergebnis der Mitarbeiter:innen-Umfrage 2021/21

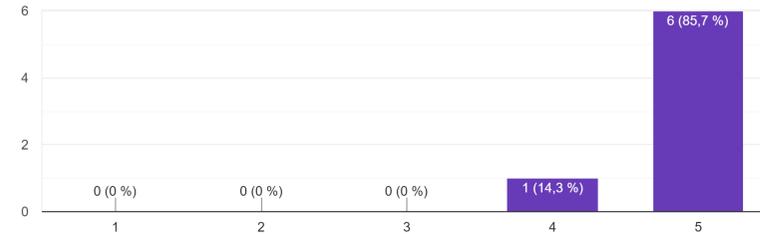
Im Folgenden die grafische Übersicht aller Antworten zur Umfrage “Gemeinwohlökonomie - wo steht Rost Dock?” (Danke an unseren GWÖ-Prozessbegleiter Gregor für die Unterstützung hiermit!)

Die MAs wurden i.d.R. gefragt, wie sehr sie der betreffenden Aussage zustimmen, von 1 (“gar nicht”) bis 5 (“vollständig”).

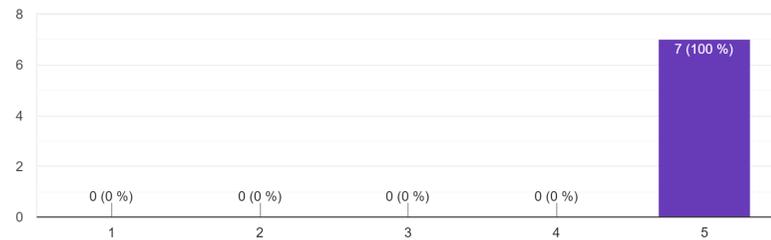
Das Unternehmen Rost Dock fördert eine offene Unternehmenskultur mit guter Kommunikation.  
7 Antworten



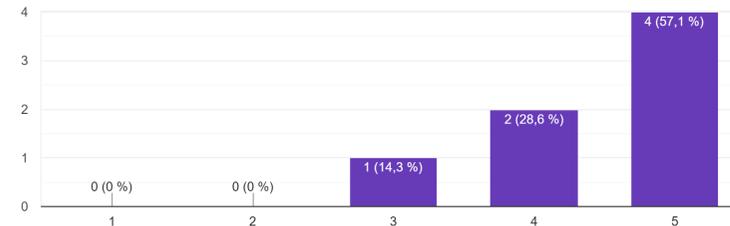
Ich kann meine persönlichen Stärken und Interessen in der Arbeit einbringen.  
7 Antworten



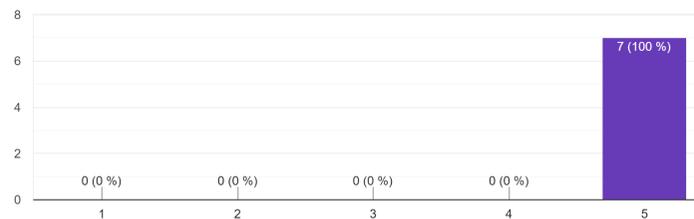
Auf meine Arbeitssicherheit und gesundheitliches Befinden wird geachtet.  
7 Antworten



Mir werden ausreichend fachliche und persönliche Entwicklungsmöglichkeiten geboten.  
7 Antworten



Diversität in Bezug auf Alter, Geschlecht, körperliche Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Meinung, Religion, etc. wird respektiert.  
7 Antworten



**Was war letztendlich deine Hauptmotivation bei Rost Dock zu arbeiten? Wenn Geld, was noch?**

Geschmeidiger Job in schöner Atmosphäre mit sehr nettem Team & die schönen Klänge am Hafen

Ich bauchte einen festen Nebenjob über die Sommermonate, auch um in Rostock anzukommen. Ich war neu in Rostock und schnell hat sich herausgestellt, dass das RostDock nicht nur ein offener, entspannter Ort zum Arbeiten ist, ich auch schnell Kontakte knüpfen konnte, die bis heute 3 Jahre später noch halten.

Erfahrung, Spaß, der Sonnenuntergang

draußen (an der frischen Luft) sein, gutes Team-Klima; an nem Ort zu arbeiten, der nicht nur Bar, sondern auch gesellschaftlich engagiert ist

Meine Hauptmotivation war es, an der Aufwertung des Rostocker Stadthafens mitzuwirken, die Sascha und Samuel mit Rost Dock eingeleitet haben, sowie Teil eines jungen Teams zu werden und aus meiner Komfortzone herauszukommen, insbesondere sprachlich.

Die Lage und das Team

**Diese Aspekte der Unternehmenskultur sollten beibehalten werden! (bis zu drei Aspekte)**

gemeinsame Teamausflüge & Teamfrühstück, Förderung der Selbstständigkeit & Ermutigung zur Mitgestaltung, Flexibilität bei den Arbeitsschichten

Offenheit, Flexibilität, Gemeinschaft

Betriebsausflüge, regelmäßige Treffen

Team-Frühstück & Ausflüge, Zeit für Scherze & individuelles Feedback

- gute Laune und Freude bei der Arbeit ; - die ständige Verbesserung des Arbeitsumfelds ; - die Vernetzung mit anderen Akteuren, die im Hafen und in der Stadt aktiv sind

Die gegenseitige Wertschätzung

**Diese Aspekte der Unternehmenskultur sollten verändert werden! (bis zu drei Aspekte)**

Mitarbeiter\*innen-Essen (darf gerne was kosten) zumindest für die Abendschichten; den Team-Rahmen nutzen, um für bestimmte Themen zu sensibilisieren (Diskriminierung jeglicher Art , Konfliktlösung unter Gästen, sexuelle Belästigung, etc...) <- wird teils schon gemacht!

Noch mehr Möglichkeiten an Workshops etc um hinter der Bar fitter zu werden. Transparenz interne Abläufe und Entscheidungen.

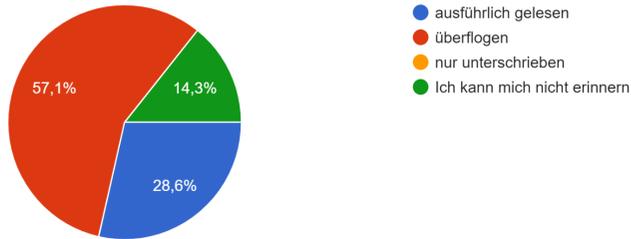
Zeit für Gespräche am Ende der Schicht; offenerer & konstruktiverer Umgang mit Kritik (auf Seiten von Sascha & Sammy und uns als Team) - manchmal kommt direkt ne Abwehrhaltung durch

Nichts fällt mir auf!

Flexiblere Schichten

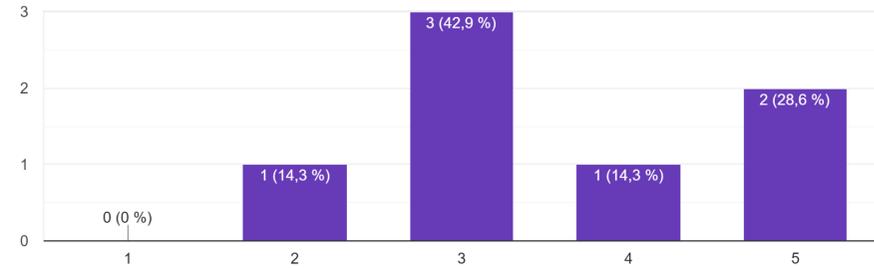
Den Arbeitsvertrag habe ich...

7 Antworten



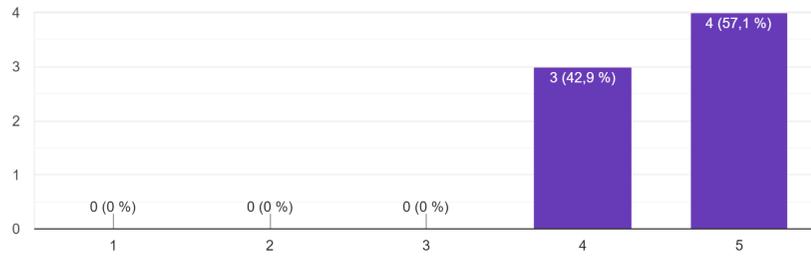
Der Arbeitsvertrag wurde individuell mit mir abgestimmt und entspricht meinen Vorstellungen.

7 Antworten



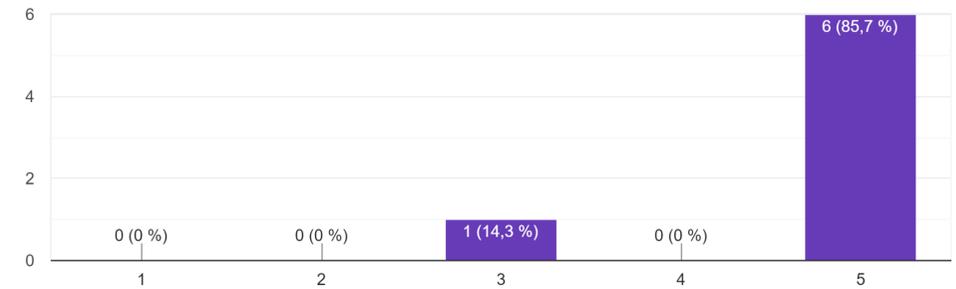
Die Bezahlung ist den Lebenshaltungskosten in Rostock angemessen.

7 Antworten



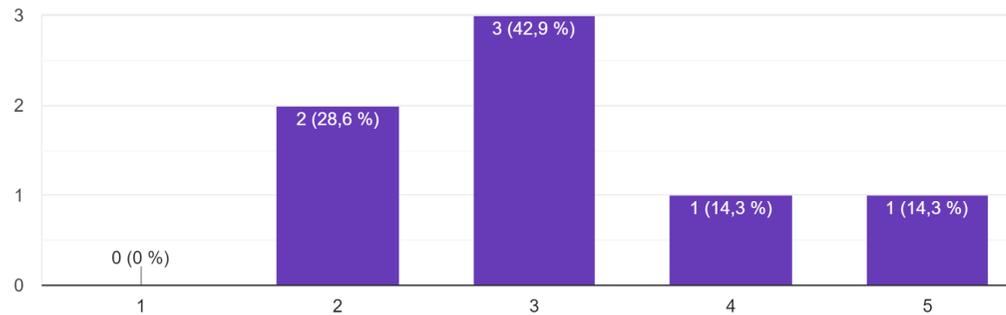
Ich kann die Arbeitszeiten mitgestalten.

7 Antworten



Überstunden sind die Ausnahme.

7 Antworten



**Diese Aspekte zu den Arbeitsverträgen sollten beibehalten werden! (bis zu drei Aspekte)1 Antwort**

Ich kann dazu keine Angabe machen

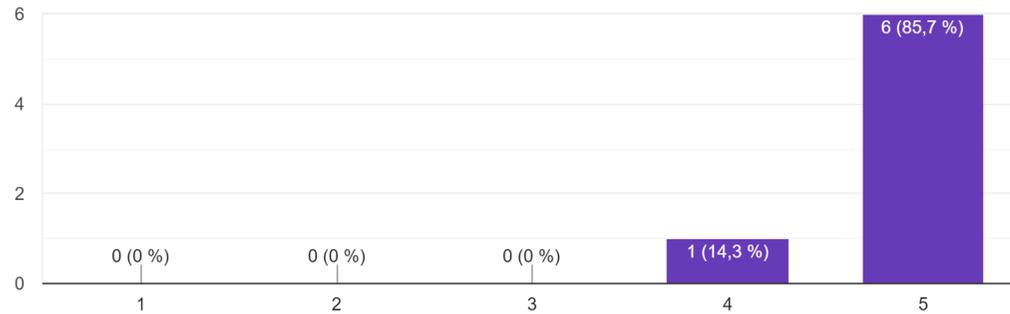
**Diese Aspekte zu den Arbeitsverträgen sollten verändert werden! (bis zu drei Aspekte)2 Antworten**

Ich kann dazu keine Angabe machen

Kündigungsfrist unklar

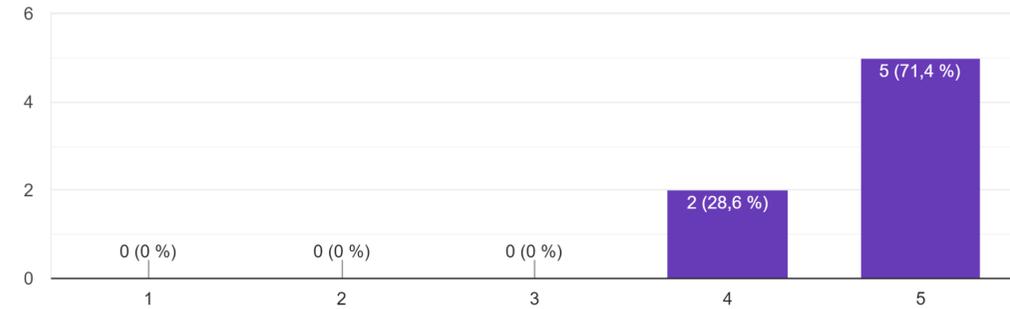
Fragen der Ökologie sind mir in meinem Arbeitsumfeld sehr wichtig.

7 Antworten



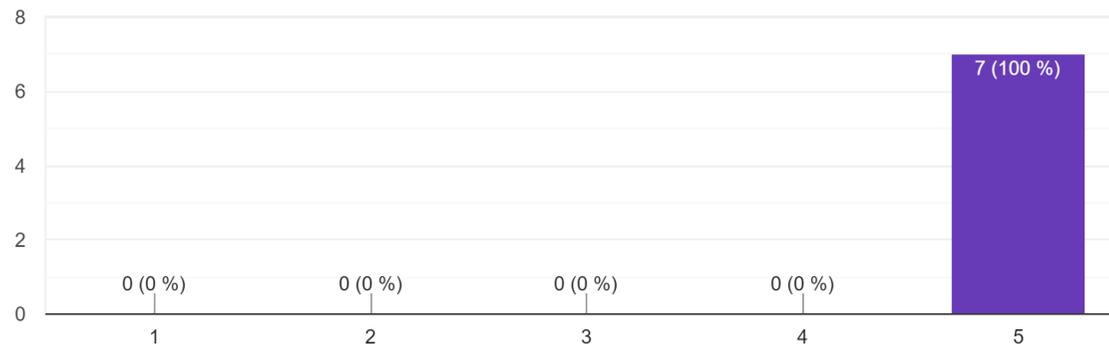
Mein Unternehmen achtet bei Arbeitsmitteln und Produkten auf die ökologische Herkunft.

7 Antworten



Die Mitarbeitenden werden zu einem ökologischen Verhalten motiviert.

7 Antworten



**Diese Aspekte zum ökologischen Verhalten sollten beibehalten werden! (bis zu drei Aspekte) 5 Antworten**

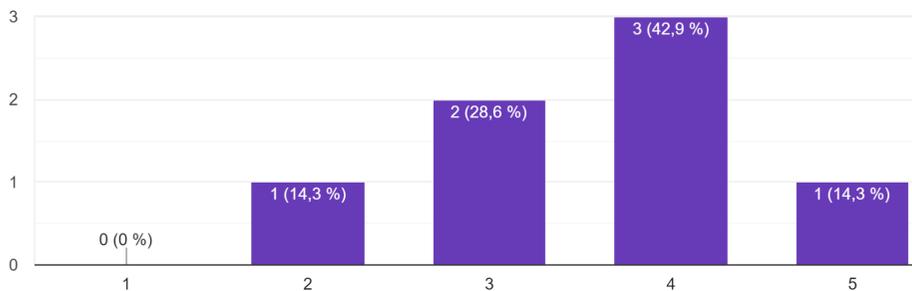
Mülltrennung; sensible Auswahl des gesamten Sortiments; Lastenrad & Carla!!!  
 Plastikfrei und lokale Produkte, wenn möglich, Lastenradlieferungen, ressourcenschonender Umgang mit Materialien  
 Trenntoiletten, recycling  
 Lastenfahrräder-Fuhrpark ;) Strohalm-Politik  
 - das Bereitstellen von Aschenbechern ; - die Mülltrennung ; - die ständige Verbesserung der Versorgung

**Diese Aspekte zum ökologischen Verhalten sollten verändert werden! (bis zu drei Aspekte) 4 Antworten**

eine Biomülltonne (in der Bar) wäre noch toll! geht das im Hafen?; Gäste noch mehr auf die Mülltrennung aufmerksam machen;  
 Eventuell noch mehr Dachbepflanzungen und/oder Solarpanels.  
 Biomüll trennen?!, Produkte noch mehr umstellen (keine Billo-Nachos mehr, wenn's geht)  
 ich würde mir wünschen, dass sich die politischen Mandatsträger vor Ort an den in Rost Dock eingeführten Vorkehrungen orientieren, um eine umweltfreundlichere und nachhaltigere Politik zu betreiben!

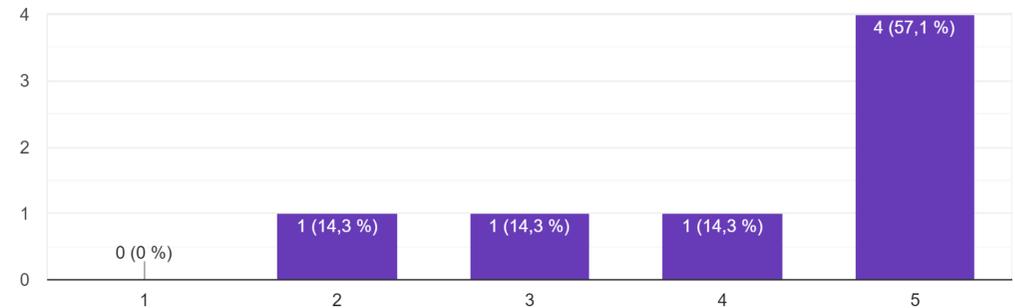
Wesentliche Daten und Information über das Unternehmen Rost Dock werden mir transparent kommuniziert.

7 Antworten



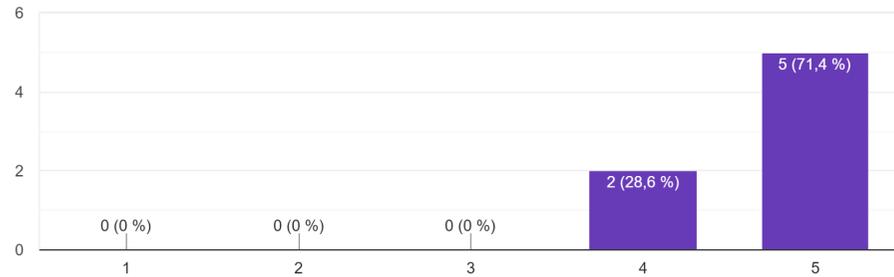
Ich kann meinen Führungskräften kritisches Feedback geben.

7 Antworten



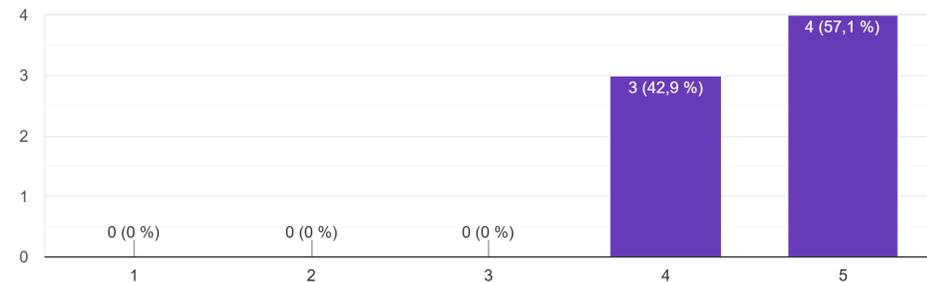
Ich kann mein Arbeitsumfeld mitgestalten.

7 Antworten



Ich war zufrieden mit dem Grad der Verantwortung und den Mitentscheidungsmöglichkeiten, die ich im Unternehmen hatte.

7 Antworten



### **Ergänzend: Hättest Du Dir mehr oder weniger Verantwortung und Mitentscheidungsmöglichkeiten gewünscht? In welcher Form? 4 Antworten**

vielleicht manchmal,

Für mich war es ok.

bin zufrieden :)

ich bin mit dem Verantwortungsniveau, das mir anvertraut wurde, vollkommen zufrieden

### **Diese Aspekte zur Teilhabe im Unternehmen sollten beibehalten werden! (bis zu drei Aspekte) 4 Antworten**

Ermunterung zum selbstständigen Arbeiten & Mitgestalten; dass wir eigene Drinks kreieren können/dürfen; dass Kuchen & Muffins gebacken werden können;

Mitgestaltung von Arbeitsplatz und Events

Team-Frühstücks für Feedback in alle Richtungen, Möglichkeiten zur (kreativen) Beteiligung an der Bar-Gestaltung

- regelmäßige Teamsitzungen, um das Arbeitsumfeld zu besprechen ; - Möglichkeit, immer wieder Verbesserungsvorschläge zu machen

**Diese Aspekte zur Teilhabe im Unternehmen sollten verändert werden! (bis zu drei Aspekte)3 Antworten**

vielleicht nochmal Abfrage während der Saison

Mehr Transparenz im Umgang mit Umsatz, Löhne etc.

mehr Vertrauen in die Loyalität des Teams, z.B. Berechtigung für Stornos. Zahlen zum Umsatz am Tag würden mich auch interessieren, einfach als Orientierung und für's "Erfolgsgefühl"

**Zu guter Letzt: Gab es Unklarheiten bei einzelnen Fragestellungen oder gibt es Aspekte, die du noch ergänzen möchtest? Dann notiere das bitte hier:4 Antworten**

ganz klare Kommunikation über den Verzehr von Getränken von Mitarbeitenden während/ nach der Schicht, bzw. an schichtfreien Tagen & Essen während der Arbeit -> wann wird was vom Dock ausgegeben (besonderer Anlass), wann nicht

Nein, der Fragebogen hat vieles abgedeckt.

ich arbeite richtig gerne hier - danke Sammy & Sascha für diesen tollen Ort!

Danke für die Möglichkeit, Teil eines echten Arbeitsteams zu sein. Das ist in der Arbeitswelt leider viel zu selten der Fall, dabei bringt es viel Freude!