

# Sächsische Zeitung

## SZ-ONLINE.DE

### „Ich fühle mich nur noch gegängelt und bevormundet“

Die Elbsandstein-Gruppe gehört auf eigenen Wunsch nicht mehr zu den Nationalparkpartnern. SZ sprach mit Geschäftsführer Marc Henkenjohann über die Gründe.

12.07.2015



Marc Henkenjohann investiert Stück für Stück auf der Bergwirtschaft Großer Winterberg. Das sei schwer genug, da brauche er nicht noch andere Querschüsse. Foto: Katja Frohberg

#### Herr Henkenjohann, was haben Sie gegen den Nationalpark?

Überhaupt nichts. Ich liebe und schätze ihn. Die Elbsandstein-Gruppe steht hinter dem Nationalparkgedanken. Die besondere Lage, in der wir unsere gastronomischen Betriebe bewirtschaften, ist uns sehr bewusst und die wollen wir erhalten und pflegen. Die Region braucht den Tourismus.

#### Warum wollen Sie dann nicht mehr Nationalparkpartner sein?

Weil das im Grunde nur noch wenig mit dem Nationalpark und einer Partnerschaft zu tun hat. Wir wollen selbstverständlich weiter sachorientiert und vertrauensvoll mit der Nationalparkverwaltung zusammenarbeiten. Wir haben lediglich unsere Mitgliedschaft in dem Zertifizierungsverfahren gekündigt, bei dem wir das Logo

Nationalparkpartner tragen durften. Dieses Verfahren lief zunehmend nicht mehr auf Augenhöhe, sondern man fühlte sich von der Bewertungskommission – nicht von der Nationalparkverwaltung – nur noch gegängelt und bevormundet. Man versuchte, uns Vorschriften zu machen, wie wir unser Unternehmen zu führen und zu repräsentieren haben, wann wir Mitarbeiter, Hausgäste und Lieferanten empfangen dürfen. Sogar wie unsere Speisekarte auszusehen hätte. Die Textvorschläge der Kommission waren so weltfremd und unglaublich.

#### Was gab es für Reaktionen auf Ihren Austritt?

Wir sind ja nicht die Ersten, die nicht mehr dabei sind. Weil wir aber ein größeres Unternehmen sind und – wie wir glauben – auch sehr zukunftsorientiert, wollten wir das natürlich nicht unkommentiert lassen. Auch deshalb, damit dieses gut angedachte Projekt mal einen neuen Impuls bekommt und erreicht, wofür es gedacht war. Tatsächlich haben mich einige Kollegen angesprochen. Da gab es schon den Tenor, dass es gut ist, dass einer öffentlich was sagt.

#### Wo liegt denn das Problem?

Das ist jetzt schwer, das an einem einzigen Punkt festzumachen. Es dreht sich zum Beispiel immer mehr um das Logo „Gutes von hier“. Es wird gar nicht mehr gefragt, ob die Produkte, die wir verarbeiten, aus der Region kommen, sondern nur noch, ob sie das Logo haben. In unseren Gaststätten versuchen wir aber sämtliche Firmenlogos verschwinden zu lassen. Wir stellen komplett auf neutrale Gläser um. Jeder neue Sonnenschirm ist zukünftig ohne Logo. Am Kuhstall haben wir sofort nach dem Kauf die Schöller- und Langnese-Werbung komplett verbannt. Stattdessen haben wir für 20 000 Euro eine Softeismaschine angeschafft. Wir haben auch in keinem unserer Häuser Orangen- oder Bananensaft im Angebot, nur Säfte von hiesigem Obst. Aber das interessiert den Vergaberat nicht, wenn nicht das Logo „Gutes von hier“ drauf ist.

#### Wird Ihnen Ihr Engagement zu wenig gewürdigt?

Das könnte man schon so sagen. Viel schlimmer aber ist, dass sich nicht nach vorn orientiert wird und die Entwicklung der Märkte in Hotellerie und Gastronomie völlig übersehen werden. Wir müssen auch im Nationalpark irgendwie wirtschaftlich arbeiten. Doch dafür werden wir eher belächelt. Allein der Transport von Gästen, Mitarbeitern und Waren von Schmilka auf den Großen Winterberg kostet uns jedes Jahr 70 000 Euro. 25 000 Euro davon Personalkosten. Wir haben dieses Jahr zum ersten Mal Fahrgenehmigungen für zwei Mitarbeiter und ihre eigenen Pkws beantragt. Das läuft in vergleichbaren Einrichtungen schon immer so. Für ein, zwei Hochzeiten im Jahr hätte ich gern eine Sondergenehmigung bekommen, damit die Gesellschaft mit zwei Kleinbussen hinter mir her hochfahren kann. Keine Chance. Es wird erwartet, dass wir das mit unserem Fuhrpark organisieren, was wiederum bedeuten würde, dass entsprechend mehr Leerfahrten entstehen; das schadet der Umwelt doch viel mehr.

#### Wurde Ihnen denn signalisiert, dass Sie die Zertifizierung verlieren könnten?

Nein. Die Kriterien sind aber einfach nicht mehr zeitgemäß und bedürfen einer dringenden Überarbeitung. Der Höhepunkt wurde Anfang Juni erreicht, als die Bewertungskommission bei ihrem Besuch auf dem Winterberg wieder nur die fehlenden Logos in unseren Speisekarten im Sinn hatte und aus Empörung darüber sehr zweideutig fragte, ob wir denn überhaupt für unseren neuen Spielplatz mit Schaukel und Rutsche eine Baugenehmigung haben. An dieser Stelle endete dieser Termin und unsere jahrelange Partnerschaft.

#### Was müsste sich ändern?

Es bedarf dringend einer Reform der Sitzverteilung im Vergaberat. Der Anteil von Unternehmern gegenüber Staatsdienern und geförderten Mitarbeitern muss definitiv größer werden. Gute Ideen lassen sich nur dauerhaft umsetzen und weiterentwickeln, wenn sie wirtschaftlich tragfähig sind. Wir machen sofort wieder mit, wenn es eine Partnerschaft ist, die beiden hilft. Die Gäste kommen definitiv nicht wegen dem Logo Nationalparkpartner, sondern weil wir hier einen eigenen Stil fahren und unsere Häuser kundenfreundlich, liebevoll und zeitgemäß entwickeln. Ich hoffe, unser Austritt setzt ein Zeichen für diese dringend notwendigen Veränderungen.

Es fragte Gunnar Klehm.