I. Social Impact

Partnerschaftlicher Ansatz für nachhaltige Beziehungen

Die Villa Viva (VV) ist ein Social Business von Viva con Agua (VcA) - einem Netzwerk von Menschen und Organisationen für sauberes Trinkwasser. Das Projekt VV ist ohne dieses Netzwerk nicht denkbar und realisierbar. Seit Projektbeginn ist die konstruktive Kooperation mit der Freien und Hansestadt Hamburg bei Ausschreibung, Grundstückskauf und Genehmigungsprozess ein Paradebeispiel von guter Public Civic Partnership. Nur dieser partnerschaftliche Ansatz machte es möglich, dass VcA ein Grundstück in der Hamburger Innenstadt zu einem Vorzugspreis erwerben konnten, um das Projekt zu realisieren.
Bereits in der frühen Konzeptionsphase wurde die VV mit der ehrenamtlichen Community besprochen. Ideen, Feedback und Kritik wurden frühzeitig integriert. Die Planung war zudem nur machbar aufgrund des anfangs ehrenamtlichen und professionellen Projektmanagements von Projektplanern und Architekten. Sowohl Hotelbetreiber (Heimathafen Hotels) als auch finanzierende Bank (Umweltbank) waren bereits vor VV mit VcA verbunden. Die Beziehungen zu den InvestorInnen sind eng und geprägt von einem langen Engagement für VcA.

Eintauchen in den Stadtteil und Andocken in der Nachbarschaft

Gemeinsames Ziel ist es, mit der VV eine lebendige Aufwertung des als "Betonwüste" bekannten "Münzviertels" herbeizuführen, den viele als "Hinterhof des Hauptbahnhofes" sehen. VcA hat seit Gründung 2005 die Verbundenheit mit dem Stadtteil Sankt Pauli und lokalen Initiativen in der DNA. Im Münzviertel - der Stadtteil mit den meisten sozialen Einrichtungen pro Einwohner Deutschlands - besteht daher seit Beginn enger Kontakt zur lokalen Szene. Die VV ist Teil des lokalen Stadtteilbeirats, um gemeinsame Projekte und Mehrwerte weiterzuentwickeln, und die Interessen des Stadtteils besser zu kennen und zu vertreten. Von der finanziellen Unterstützung sozialer Initiativen, über Kooperation bei Essens-/Getränkeausgabe an Obdachlose vor Ort bis zur Nutzung von Event-/Meetingräumen bei Bedarf ist vieles in der Entwicklung.

Diversität und universelle Sprachen

Inklusion und Diversität sind für uns selbstverständlich. Ob Rollstuhlgerechtigkeit, generelle Barrierefreiheit, gender-neutrale Toiletten oder Unterstützung benachteiligter Gruppen - die VV soll als "place of togetherness" positiv verbindend wirken. Zudem spielen Kunst und Musik als universelle Sprachen eine große Rolle für VcA. Durch Kunst im öffentlichen Raum - wie etwa am Bauzaun - werden schon seit Beginn der Bauphase kreative Akzente im Stadtbild gesetzt. Dies ist nur der Anfang. Die Integration von internationalen KünstlerInnen, InfluencerInnen und anderen Persönlichkeiten wird bei der Gestaltung verschiedener Bereiche wie Artrooms oder Außenfassade, RoofDrop Bar, Zauberkiosk und öffentlichem Raum konsequent integriert.

Social Business Ecosystem Building

Zudem wird die VV durch die Kombination aus Gasthaus, Gastronomie, Konferenzetage und Office von VcA und angegliederten Organisationen zu einem Knotenpunkt im Social Entrepeneurship Ökosystem der Stadt Hamburg. Auch über Hamburg hinaus hat die Villa Viva das Ziel, ein "Leuchtturm der Gemeinwohlökonomie" (Hamburger Finanzsenator Andreas Dressel beim Spatenstich) zu werden. Die VV wird Hafen für gemeinwohlorientierte Menschen, Organisationen, Unternehmen aus aller Welt.

Arbeitskultur

Viva con Agua ist seit Beginn "Family Business". Das bringt den familiären Umgang am Arbeitsplatz zum Ausdruck, der als Organisationskultur gelebt und gepflegt wird. In Bezug auf die moderne Arbeitsrealität sind die Grundlagen von New Work unser Ausgangspunkt - Werteorientierung, Diversität, Entwicklungsorientierung, potentialorientiertes Miteinander sind nur einige Leitprinzipien. Insbesondere dem sonst teilweise rauen Ton in der Gastronomie soll vorgebeugt werden, durch flache Hierarchien, Wertschätzung am Arbeitsplatz und Schulung in gewaltfreier Kommunikation. Für die Einbindung von Menschen mit Migrationshintergrund und ihre Integration in die Arbeitswelt werden aktuell Kooperationsideen entwickelt.

Kundenorientierung

In der Villa Viva kommen diverse Customer Cluster zusammen: Die MitarbeiterInnen im Gasthaus/Hotel, die MitarbeiterInnen der verschiedenen Nutzer der Büroetagen (Office Playground) sind interne Kunden, deren Wohlergehen genauso wichtig ist wie das der externen Kundschaft. In den Office Bereichen werden sich Kooperationspartner und Communitymembers aller Art treffen, da die Büronutzer die Fläche ganzheitlich verwenden werden für Workshop-Venue, After Work Location und Meetings aller Art. Außerdem wird es durch die Nutzung der Konferenzebene oder Eventflächen die Möglichkeit geben, externe Partner anzusprechen und zu inspirieren.
In Bezug auf die Gasthaus-KundInnen haben wir uns bewusst gegen einen Fokus auf klassische Hotelkategorien entschieden. Vom Platz in der Campingetage (ab 19,10 Euro) bis zu den von Barbara Schöneberger und Jan Delay

gestalteten Suiten (ca. 50 qm) gibt es Platz für alle Geldbeutel. Dies bildet die gelebte VcA-Realität ab, wo die studentische Ehrenamtliche auf Musikfestivals beim Pfandsammeln genauso ihre Heimat finden, wie auch der betuchte Kunstkäufer bei der sozialen Kunst-Auktion. VV bietet somit einfach allen Stakeholdergruppen eine Anlaufstelle, wovon wir uns interessante Synergien und spannenden Austausch versprechen.

Wasserprojekte

Die wichtigsten StakeholderInnen sind jedoch die Menschen, die VcA durch Wasserprojekte erreicht. Durch die Gewinnausschüttung der VV an ihre mehrheitlich gemeinnützigen Gesellschafter werden Wasserprojekte umgesetzt. Besonders im südlichen und östlichen Afrika werden hiermit Communities erreicht, denen der Zugang zu sauberem Trinkwasser bislang nicht adäquat zur Verfügung steht. Sauberes Wasser, eine menschenwürdige Sanitärversorgung und bessere Hygienebedingungen werden gemeinsam mit Partnern vor Ort adressiert. Durch infrastrukturelle Maßnahmen (z.B. Brunnen, Quelleinfassungen, Toiletten, Regenwasserauffangsysteme, etc.), als auch durch Stärkung der Verhaltenskomponente (zb. Trainings, Ausbildungsformate etc.) wird VcA's Vision "Wasser für Alle" konkret umgesetzt. Die VV schafft einen langfristig fließenden Social Revenue Stream, der diese Immobilie zur sicheren Quelle für sauberes Trinkwasser für hunderttausende Menschen machen wird. Ein Haus das Brunnen baut!

II. Impact Kriterien

Die Wirkung des Projektes werden wir in diversen Dimensionen erfassen. Natürlich gibt es auch wirtschaftliche Kennzahlen, an denen wir uns messen und die für einen nachhaltigen Impact elementar sind. Vorneweg haben wir einen Herstellungspreis ausgegeben, den wir trotz aktueller Kostenexplosion bei Energie und Bau nahezu halten können, da alle involvierten Partner den Impact der Immobilie im Fokus behalten. Der Businessplan basiert auf Auslastungs- und Preisszenarien, aus der sich Gewinnvorschau und damit gemeinnützige Wertschöpfung definieren.

- Die finanziellen Mittel, die via gemeinnützige Shareholder in den sozialen Projekten landen, sowie die Zahl der Menschen, die daher durch unsere Projekte und Förderungen mit sauberem Trinkwasser, Sanitärversorgung und Hygiene (WASH) erreicht werden, sind die wichtigsten Kennzahlen. Hier planen wir in den ersten zehn Jahren nach Inbetriebnahme min. vier Mio. Euro Gewinnausschüttung zu erwirtschaften, durch die wir mit Partnern min. 200-300.000 Menschen bessere WASH-Bedingungen ermöglichen. Wirkungsziele besserer WASH-Bedingungen sind bessere Gesundheit, weniger Bildungsausfall und Geschlechtergerechtigkeit für Mädchen und Frauen, die überproportional unter schlechten Bedingungen leiden.
- In Bezug auf die Anzahl der Gäste, die jedes Jahr in der VV übernachten oder an Konferenzen teilnehmen, wollen wir die Marke von 80.000 Personen erreichen. Wirkungsziel ist dabei, die Menschen durch freudvoll und positiv für den Wert und die Wichtigkeit von sauberem Wasser zu sensibilisieren, damit sie achtsamer mit der Ressource umgehen und langfristig für eine Unterstützung von VcA oder anderer nachhaltiger Initiativen gewonnen werden.
- In Bezug auf die direkte Nachbarschaft lässt sich qualitativ und quantitativ messen, inwiefern durch das lokale Einbringen der VV Bedürfnisse benachteiligter Gruppen besser beantwortet werden und die Interessen des Stadtteils und seiner AnliegerInnen besser berücksichtigt und umgesetzt werden.
- In Bezug auf die städtische Social Entrepreneurship-Szene und der VV als sozialen Geschäftsmodell lässt sich über einen längerem Zeitraum nachverfolgen, inwiefern die VV zu einem wachsenden und wirksameren Ökosystem beitragen konnte und ob es weitere Gründungen von a) Villae Vivae oder b) daran angelehnten wirtschaftlich tragfähigen Geschäftsmodellen mit vergleichbarer Gesellschafterstruktur gibt.

III. Environmental Impact

Ein neues Gebäude bindet viele Ressourcen. Daher ist unser Motto, gerade so viel wie nötig, aber so wenig wie möglich zu verwenden. Das beginnt schon beim „Fußabdruck" im Sinne der Flächenversiegelung. Auf einem kleinen Grundstück haben wir es durch raffinierte Planung geschafft, eine Vielzahl von Nutzungen auf kleinster Grundfläche unterzubringen. Einer überbauten Grundfläche von 530 m² stehen somit 4.600 m² Nutzfläche gegenüber. Wichtigstes Gestaltungsmerkmal mit positiver Wirkung auf das Stadtklima ist die begrünte Fassade vom Erdgeschoss bis ins dritte Obergeschoss. Auch auf der Dachterrasse findet sich eine intensive Bepflanzung. Die Bewässerung erfolgt durch Tröpfchenbewässerung mit gesammeltem Regenwasser und wirkt durch die Verdunstungskälte positiv auf das Mikroklima. Ein Novum ist der bei einem Hochhaus erforderliche Löschwasservorratstank, der hier erstmals mit Regenwasser gespeist wird.

Ferner verwenden wir konsequent recycelte Materialen bzw. CO2-ärmere Versionen, soweit es die DIN und bauordnungsrechtliche Vorschriften zulassen. So können wir die VV grundsätzlich mit CO2-armen Beton und Beton mit

Recyclinganteilen bauen. Auch die Aluminiumprofile von Fassade und Lamellen-Sonnenschutz weisen einen Recyclinganteil von 40 – 80 % auf. Auch im Interieur wurde bei der Auswahl von Teppichen, Vorhängen, sowie Polsterbezügen immer darauf geachtet, dass es sich um Produkte mit Recyclinganteilen handelt. Doch noch besser als Recycling ist Reduktion und Verzicht: Deshalb werden die Wände weitgehend nicht verputzt und auch der Boden im Gasthaus und den Treppenhäusern bleibt fast ausschließlich sichtbarer Estrich.

Bei der technischen Gebäudeausrüstung war ebenfalls Reduktion die Maßgabe, so dass die VV zu einem Wohlfühlort wird, ohne übertechnologisiert zu sein. Eine sehr gute Wärmedämmung, Fenster mit Dreifach-Wärmeschutzverglasung und die Fassadengestaltung durch vertikale Lamellen aus recyceltem Aluminium, die einen angemessenen Sonnenschutz bieten, reduzieren den Heiz- und Kühlbedarf. So lässt sich durch Bauteilaktivierung ein sehr energiesparendes Heiz- und Kühlsystem auf Basis effizienter Fernwärme realisieren. Die Fernwärme wird mit Solarthermie-Paneelen auf dem Dach ergänzt, die Brauchwasser in einem 10.000 Liter Pufferspeicher erwärmen und einen Anteil von rund 20 % des Gesamtwärmebedarfes decken. Das Gasthaus wird zudem über eine zentrale Lüftungsanlage mit Wärmerückgewinnung und variabler Volumenstromregelung versorgt, bei der die Luftmenge sich nach Belegung und Nutzung z.B. beim Duschen automatisch hoch- und runterregelt. Durch diese Maßnahmen erfüllt die Villa Viva den KFW–55 Effizienzhausstandard.

Doch ökologische Nachhaltigkeit endet nicht an der Hauswand. Wir haben ein Mobilitätskonzept erarbeitet, bei dem alle Gäste mit Übernachtung ein HVV Ticket erwerben und keine zusätzlichen Stellplätze geschaffen werden. Somit leistet die VV einen klaren Anreiz, den motorisierten Individualverkehr in der Hamburger City zu reduzieren. Zudem achten wir auch bei der Auswahl der Partnerfirmen und Sponsoringpartner auf konsequente Nachhaltigkeitsstrategien und Ansätze.

In allen Dimensionen des Interiorkonzeptes und der Innenausstattung arbeiten wir mit nachhaltigen Materialien und Herstellern. Upcycling und Recycling spielen bei der Auswahl der entsprechenden Partner und Kooperationen eine wesentliche Rolle. Auch im Bereich des Foodsourcing legen wir nachhaltige Standards an für die Auswahl unserer Produkte.

IV. Governance Impact

Geschäftsmodell

Auf der gesellschaftsrechtlichen Ebene liegt eine zentrale Innovation der VV. Über die gewählte Konstruktion ist es gelungen, den gemeinnützigen Organisationen Viva con Agua de Sankt Pauli e.V. (33%) und Viva con Agua Stiftung (34%) in der übergeordneten Holding die Mehrheit der Stimm- und Gewinnanteile zu belassen, ohne dass diese einen einzigen Cent als Investition tätigen mussten. Dies stellt sicher, dass alle strategischen und richtungsweisenden Entscheidungen den Interessen der Gemeinnützigkeit folgen und somit letztlich die Gremien dieser gemeinnützigen Organisationen die Steuerung und Überwachung des Projektes verantworten. Stiftung und Verein von VcA kommen so in die langfristige Lage, dass keine wirtschaftlichen oder juristischen Risiken auf Seiten der Gemeinnützigkeit liegen, aber große Chancen und Potentiale durch Eigentum und Gewinnbeteiligung.
Dennoch gelingt es in diesem „All-Profit-Modell“, unsere EigenkapitalgeberInnen zu integrieren und moderat an Eigentum und Gewinn zu beteiligen, was eine Skalierbarkeit des Modells ermöglicht. Die sogenannte Villa Viva Shareholder Gang GmbH hat das notwendige Eigenkapital (5,5 Mio > 100%) eingebracht, um das Projekt zu realisieren - hält jedoch nur eine Minderheitsbeteiligung (33%) in der Villa Viva Holding. Mit EK-Gebern wie Bela B, Jan Delay, Max Kruse, Kevin Kuranyi, Saskia Bauer, Chris Hymer und vielen mehr, ist es gelungen 18 EigenkapitalgeberInnen aus Musik, Sport und Unternehmertum zu integrieren, deren Beteiligung weit über das Monetäre hinaus geht. Sie sorgen für positive Öffentlichkeit, Reichweite und weitere Vernetzung des Projektes. Zudem sind sie langfristig mit dem Projekt verbunden, da sie sich vertraglich verpflichtet haben, frühestens 15 Jahre nach Eröffnung in 2023 ihre Anteile verkaufen zu können. Damit ist das Haus faktisch dem Spekulationsmarkt entzogen und dient langfristig und vorrangig der Vision “Wasser für Alle”.

Betreiberpartner

In der operativen Betreibergesellschaft Villa Viva Gasthaus besteht zudem ein Joint Venture mit dem Hotelbetreiber Heimathafen Hotels, der mit langfristigen Commitment dafür sorgt, dass die Kompetenz für das Betreiben der Gastronomie und des Hotelbetriebs in das Projekt einfließt. Heimathafen ist auf Seiten der Betreibergesellschaft als Minderheitsgesellschafter (40%) beteiligt, damit die übergeordnete - von der Gemeinnützigkeit geführte - Holding auch auf Betreiberebene die Mehrheit besitzt. So kann die bestmögliche Kombination zwischen Gemeinnützigkeit und professionellem Hotelbetrieb gewährleistet werden: Viva con Agua bringt Idee, Philosophie, Purpose, Netzwerk, Marke und Produktentwicklung ein, während Heimathafen ihre Kernkompetenz des herkömmlichen Hotelmanagements einbringt.