

GEMEINWOHL-BILANZ 2015/2016

DER BFG EIGENTÜMER/-INNEN- UND VERWALTUNGSGENOSSENSCHAFT EG



www.mitgründen.at

INHALT

ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM UNTERNEHMEN	4
KURZPRÄSENTATION DES UNTERNEHMENS	4
PRODUKTE/DIENSTLEISTUNGEN	5
DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL	5
TESTAT	6
LIEFERANT*INNEN	7
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	9
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	10
A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette	11
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	12
EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	13
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	14
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	15
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	16
B4 Eigentum und Mitentscheidung	17
MITARBEITENDE	19
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	20
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	23
C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	26
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	27
KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	29
D1 Ethische Kundenbeziehung	29
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	33
D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	35
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	36
GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	38
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	38
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	39
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	40
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	42
FAZIT	44
ANHÄNGE	

ALLGEMEINE INFORMATIONEN ZUM UNTERNEHMEN

Firmenname: BfG Eigentümer/-innen- und Verwaltungsgenossenschaft eG

Rechtsform: Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaft

Website: www.mitgruenden.at

Branche: Finanzdienstleister

Firmensitz: Gumpoldskirchen

Bürostandort: Wien

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 22 Angestellte plus rund 80 Ehrenamtliche

Vollzeitäquivalente: 16,27 (Angestellte)

Berichtszeitraum: 2015/16

KURZPRÄSENTATION DES UNTERNEHMENS

Die Idee zu einer alternativen Bank entsteht 2008 als Reaktion auf die Finanz- und Bankenkrise. Im Oktober 2010 findet eine offene Gründungsveranstaltung statt, die den Grundstein für die Ausarbeitung der Vision einer „Bank für Gemeinwohl“ legt. Ab Mai 2011 kann jede*r Mitglied des „Vereins zur Förderung und Gründung einer Demokratischen Bank“ werden. Im April 2014 wird die Genossenschaft als rechtlicher Rahmen gegründet, um die Vision „Bank für Gemeinwohl“ operativ umzusetzen. Im Dezember desselben Jahres erfolgt die Eintragung ins Firmenbuch als verbandsfreie Genossenschaft. Im Frühjahr 2015 wird der Kapitalmarktprospekt fertiggestellt. Er ist die Grundlage für das Sammeln von Genossenschafts-Kapital. Mitte September geht das Online-Zeichnungstool live und die österreichweite Info-Kampagne startet. Im Februar 2016 fällt die Generalversammlung die strategische Entscheidung, Optionen zu prüfen, noch vor Beantragen der Vollbank-Lizenz mit einer Gemeinwohl-Prüfung, einer Crowdfunding-Plattform und einem Gemeinwohl-Konto operativ zu werden. Im Oktober 2016 bestätigt sie diesen Weg.

Das Unternehmen will durch seinen Geschäftsbetrieb beispielgebend und multiplizierend wirken, um eine Entwicklung unseres Wirtschafts-/Finanz-/Geldsystems hin zu verstärkter Gemeinwohl-Orientierung voranzutreiben. Es ist aus einer zivilgesellschaftlichen Bewegung entstanden und hat den Anspruch, dauerhaft in der Zivilgesellschaft verankert zu bleiben – darauf sind Unternehmensstrukturen und -prozesse ausgerichtet. Das Unternehmen hat Werte wie Partizipation und Transparenz als Organisationsprinzipien „im Satzungsrang“ beschlossen. Alle grundlegenden Dokumente (Satzung, Geschäftsordnungen, etc.) verweisen auf die Vision und die Organisationsprinzipien.

Neben den angestellten Mitarbeitern wird es interessierten Menschen ermöglicht, sich auch auf ehrenamtlicher Basis relevant in Unternehmensentwicklungs- und Entscheidungsprozesse einzubringen. Dadurch, dass diese Möglichkeiten genutzt wurden, wird die Anzahl der Mitarbeitenden im Berichtszeitraum auf ca. 80-100 geschätzt.

PRODUKTE/DIENSTLEISTUNGEN

Folgende „Produkte“ wurden für den Berichtszeitraum 2015/16 festgemacht:

- > **Genossenschafts-Anteile**
Der Verkauf von Genossenschaft-Anteilen macht über 99% des Kapitalzuflusses der Genossenschaft aus. Der Erwerb des „Produkts“ bewirkt eine Miteigentümerschaft an der Genossenschaft und gibt den Genossenschafter*innen Gestaltungsmacht über deren Weiterentwicklung.
- > **Angebote der Akademie für Gemeinwohl**
Die Akademie für Gemeinwohl bietet Schulungen, Vorträge, Workshops u.ä. insbesondere zu Finanzthemen an.

Weitere Produkte – vor allem Finanzdienstleistungs-Produkte (Bank, Zahlungsinstitut, Crowdfunding, Gemeinwohlprüfung) – befanden sich in der Produktentwicklungsphase.

Das geplante, künftige Kerngeschäft der Genossenschaft beinhaltet folgendes:

- > Gemeinwohl-orientierte Finanzdienstleistungen anbieten
- > Wissensvermittlung und Dialogräume anbieten, um das Verständnis für Gemeinwohl in Wirtschafts-/Finanz-/Geldsystem zu fördern
- > Als gesellschaftspolitische Akteurin auf gesetzliche/regulatorische Rahmenbedingungen Einfluss nehmen, die mehr Gemeinwohl-Orientierung im Wirtschafts-/Finanz-/Geldsystem ermöglichen

DAS UNTERNEHMEN UND DAS GEMEINWOHL

Das Gedankengut des Gemeinwohls ist eine zentrale Quelle, aus der das Unternehmen entstanden ist. Die interne Gemeinwohl-Prüfung für Crowdfunding-Projekte, die 2017 gestartet ist, wurde in starker Anlehnung an die Kriterien der Gemeinwohlökonomie erstellt (mehr Informationen siehe unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/gemeinwohlpruefung>). Die Gemeinwohlökonomie ist eine befreundete Partnerorganisation, die gemeinsame Wurzeln der Entstehung hat und mit der auf verschiedenen Ebenen zusammengearbeitet wird.

Die Räumlichkeiten der Genossenschaft für Gemeinwohl werden für Regionalgruppentreffen der GWÖ zur Verfügung gestellt. Unter den Aktiven der Genossenschaft für Gemeinwohl gibt es mehrere Personen, die sich ebenso für die Gemeinwohlökonomie engagieren. Es finden auch gemeinsame Informationsveranstaltungen statt, bei denen beide Initiativen vorgestellt werden. Im Februar 2016 fand beispielsweise ein Gemeinwohlfest in Wien statt, bei dem neben dem Hauptveranstalter GWÖ auch die Genossenschaft für Gemeinwohl vertreten war.

Kontaktperson zur GWÖ: Theresa Sarreiter (theresa.sarreiter@mitruenden.at)



Fotos: © Studio 46, Maria Cössler

TESTAT

**TESTAT:
AUDIT**
KOMPAKT

 Gemeinwohl-Bilanz
2015 / 16

 für: **BfG Eigentümer/-innen und Verwaltungsgenossenschaft eG**
 Auditor*in: **Angela Drosig-Plöckinger**

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette 40 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette 30 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette 10 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 60 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 50 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 60 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung 50 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz 50 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 80 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 50 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen 60 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern 40 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 60 %	D4 Kund*innenmitwirkung und Produktransparenz 60 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 70 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen 10 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 10 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 30 %
			Testat gültig bis: 31.01.2020	BILANZSUMME 495

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf www.ecogood.org

LIEFERANT*INNEN

(Anna Erber, Theresa Sarreiter)

Unsere wichtigsten Lieferant*innen (ca. 60% d. Einkaufsvolumens)

In den Jahren 2015 und 2016 hatten wir ca. 130 verschiedene Lieferant*innen. Da wir kein produzierendes Gewerbe sind, setzen sich diese hauptsächlich aus Dienstleister*innen zusammen. Den Hauptanteil bilden dabei die Branche der Wirtschafts- und Steuerberater*innen sowie die Bereiche Druck, Kommunikation und Papierverarbeitung. Des Weiteren spielen IT-Unternehmen eine große Rolle. Das gesamte Einkaufsvolumen betrug für diese Jahre 494.360,- €.

Um zu evaluieren, wie unsere Zulieferer*innen agieren, haben wir einen Fragebogen ausgesendet. In diesem wurden unsere Lieferanten*innen zu den Berührungsgruppen (Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit, Ökologische Nachhaltigkeit, Transparenz und Mitentscheidung) aus der Gemeinwohl-Matrix befragt. Dazu haben wir 52 Unternehmen angeschrieben, die einerseits einen Großteil des Einkaufsvolumens ausmachen und zum anderen in unseren Augen als wichtige Geschäftspartner*innen erscheinen. Wir haben 9 ausgefüllte Fragebögen erhalten. Da in unserem Fragebogen nur offene Fragen gestellt wurden und die Antworten sehr unterschiedlich ausfielen, haben wir diese kategorisiert und eine Häufigkeitstabelle erstellt. Die genauere Auswertung erfolgt in den nächsten Abschnitten. Die ausgefüllten Fragebögen befinden sich zum Nachlesen im Anhang.

Lieferant*innen 2015/16	% am Einkaufsvolumen	Teilnahme an Umfrage
TPA Wirtschaftsprüfung GmbH	11,2	x
con:gas kreativteam	8,4	x
Mietkosten (Gottfried Mammerler)	8,3	
Frühwirt WP u Stb GmbH	7,8	x
Claus Thienel Offsetdruck	5,2	x
Uniqua Betriebsversicherung	5,2	
Systopia Organisationsbetreuung	4,1	x
Rautner Rechtsanwälte GmbH	3,6	
Specht & Partner Rechtsanwalt GmbH	3,5	
Stefan Business Consulting	3,0	
Transformationsmanager Peter Schäfer	2,6	
Dataform Media GmbH	2,1	
INFOSCREEN Austria Gesellschaft für Stadtinformationsanlagen GmbH	1,4	
webshapers GmbH	1,4	
APA - Austria Presse Agentur eG	1,3	
Lebensart VerlagsGmbH	0,25	x
Gugler* Print	0,25	x
Landhotel Yspertal	0,24	x
Techwave	0,20	x

LIEFERANT*INNEN – Fortsetzung

Unser größter Lieferant ist die Wirtschaftsprüfungs-Gesellschaft tpa, die die Revision sowie die externe Prüfung unseres Jahresabschlusses abgenommen hat. Die Gesellschaft hat sich an der Umfrage beteiligt und verlangt einen ermäßigten Stundensatz von uns.

Unser Steuerberater Werner Frühwirt ist Genossenschafter und führt unsere Buchführung seit Beginn der Genossenschaft. Die Wahl auf die Kanzlei Frühwirt viel unter anderem auch aus dem Aspekt, dass diese ökologisch und nachhaltiges Handeln groß schreibt.

Genossenschafts-Mitglied Bernhard Wieser ist Kommunikationsexperte. Er brachte seine Leistungen über einen langen Zeitraum ehrenamtlich ein und seit Mitte 2015 auf Honorarbasis. Bernhard achtet in seiner Agentur besonders auf eine ökologisch-nachhaltige Lieferkette und setzt auf langfristige Partnerschaften.

Das einzige Unternehmen, das für uns physische Produkte in größerem Ausmaß bereitstellt, ist die Druckerei Thienel (Drucksorten, Werbematerial). Sie schneidet in den meisten Bereichen gut ab, wenn auch nicht so gut wie gugler*. Aus ihren Angaben ist keine bewusste gesamthafte Auseinandersetzung mit dem Thema Gemeinwohl abzulesen, jedoch gibt es viele konkrete Beispiele, die auf ein hohes Bewusstsein für jeweils einzelne Themen hinweisen (z.B. öko-zertifizierter Betrieb, kurze Transportwege, work-life-balance). Die Entscheidung für Thienel als unsere Hauptdruckerei basiert auf einer Empfehlung von „4 Pfoten“ und auf preislichen Überlegungen.

Im Allgemeinen achten wir darauf, unsere Lieferant*innen mit Bedacht zu wählen, und haben hierfür einen Beschaffungsleitfaden (siehe Anhang) entwickelt, der seit September 2016 gültig ist. Dieser Leitfaden enthält drei Umsetzungsvarianten: Billigstbieterprinzip, Mischvariante und Bestbieterprinzip. Da wir uns momentan in einer Phase befinden, in der die finanziellen Mittel nur sparsam eingesetzt werden können, kommt praktisch immer die Mischvariante aus ökologisch nachhaltig und preislich günstig zum Einsatz. Unser Beschaffungsleitfaden ist nicht in allen Gremien bekannt, deshalb wird er nicht durchgehend gelebt. Das Verbesserungspotential ist, ihn Inhaltlich nachzubessern und über den Leitungskreis in alle Gremien zu bringen. Je nach Möglichkeit und Projektstatus gilt es, sich dem darin beschriebenen Bestbieterprinzip anzunähern.

Darüber hinaus sind wir Mitglied in der „Einkaufsgruppe NGO/NPO's Austria“. Dabei handelt es sich um eine öko-soziale Beschaffungsplattform zur Abwicklung und Optimierung des gemeinsamen Einkaufs. Wir können somit zum Beispiel unser Büromaterial vergünstigt bei memo beziehen, ohne dabei auf Nachhaltigkeit verzichten zu müssen.



Foto: © Genossenschaft für Gemeinwohl

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Die Fragen, die im Fragebogen gestellt wurden, decken sich mit den Fragen, die in der Gemeinwohl-Matrix gestellt werden. Die Tabelle zeigt die Häufigkeit der Antworten aus den Fragebögen. Bei der Frage zur Menschenwürde ergaben sich folgende Aussagen durch unsere Zulieferer*innen:

Kategorie	Häufigkeit	%
Faire Bezahlung/Gleichberechtigung	IIII I	67%
Gleitzeit/Flexibilität/Work-Life-Balance	IIII III	89%
Arbeitsplatzsicherheit (langfristige Arbeitsverhältnisse)	II	23%
Weiterbildungsmöglichkeiten	IIII I	67%
Aktive Fehlerkultur	II	23%
Mitarbeiter*innen-Gespräche	IIII	45%
Fairness und Solidarität leben	IIII	45%
n=9		

Der Genossenschaft ist es aus ihrer Vision heraus wichtig, keine Unternehmen zu engagieren, die die Menschenwürde nicht achten. Jedoch gibt es dazu noch keine genauen Vorgaben und es wird mehr „nach Gefühl“ entschieden.

Bei der Frage nach der Menschenwürde ist der Hauptaspekt der Umgang mit den Mitarbeiter*innen unserer Zulieferer*innen. Am häufigsten wurde von diesen erwähnt, dass sie ihren Mitarbeitenden flexible Arbeitszeiten bieten sowie für eine gute Work-Life-Balance sorgen – zum Beispiel durch unterschiedliche Arbeitszeitmodelle oder strikte Trennung von Beruflichem und Privatem. Ein weiterer Aspekt von Menschenwürde ist die Nennung der fairen Bezahlung und der Gleichberechtigung. Die Firma tpa hat bereits den „gläsernen Schuh“ für das frauenfreundlichste Unternehmen erhalten. In den meisten Zulieferbetrieben ist es den Mitarbeitenden möglich, Weiterbildungsmaßnahmen in Anspruch zu nehmen.

Auch achten die meisten unserer Lieferant*innen darauf, dass ihre Zulieferer*innen nachhaltig und unter menschenwürdigen Bedingungen handeln. Jedoch haben nicht alle bestimmte Vorgaben, wie die Lieferant*innen ausgewählt werden.

Weniger Nennungen gab es beim Thema Arbeitsplatzsicherheit, also der Wichtigkeit eines langfristigen Arbeitsverhältnisses. Zwei unserer Lieferant*innen ist die aktive Fehlerkultur ein wichtiges Anliegen, damit ihre Mitarbeiter*innen daraus lernen können.

Indikatoren

- > Anteil am gesamt Einkaufsvolumen: siehe Tabelle im Abschnitt unsere wichtigsten Lieferant*innen
- > Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden: keine genaue Erfassung im Berichtszeitraum erfolgt

A1 Negativaspekt: Verletzen der Menschenwürde in der Zulieferkette

Bei den wesentlichen Lieferant*innen wird die Menschenwürde nicht verletzt.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Unsere Zulieferer*innen gingen in diesem Teil des Fragebogens auf folgende Themen ein:

Kategorie	Häufigkeit	%
Angepasste Konditionen für bestimmte Projekte/Kunden (pro bono)	IIII	45%
Einstellung/Ablehnen von Geschäftsbeziehung bei Verstoß gegen Werte Solidarität und Gerechtigkeit	IIIII I	67%
Faire Zahlungs- und Lieferbedingungen (z.B. Zahlungsfrist etc.)	IIIII II	78%
Beitrag zum Gemeinwesen	III	34%
Keine Steuervermeidung	IIII	45%
Langfristige Partnerschaft	III	34%
n=9		

Für unser Projekt ist in diesem Fall wichtig, dass uns viele unserer Zulieferer*innen Preisnachlässe aufgrund unseres besonderen Vorhabens und unserer speziellen Situation gewährt haben. Vielen unserer Zulieferbetriebe ist es ein Anliegen, ethisches Banking zu unterstützen. Seitens der Firma Techwave zum Beispiel gab es das Angebot von zinsloser Ratenzahlung; wir haben Inserate günstiger bekommen (Verlag Lebensart), die Agentur Unique hat gar weitgehend pro bono für uns gearbeitet. An dieser Stelle erwähnen wir auch gern, dass fast unser gesamtes Büromobiliar gespendet wurde.

Unser Beitrag zur Förderung eines fairen und solidarischen Umgangs entlang der Zulieferkette: Wir suchen das direkte Gespräch in herausfordernden Situationen und melden Irritationen möglichst frühzeitig, zahlen in der Regel pünktlich und bauen systematisch auf Kooperation und Partnerschaften, die konkret und transparent ausgestaltet werden (eigenes Netzwerke-Team, Konzeptpapier) – einiges davon betrifft auch Lieferant*innen.

Bei Missständen in Einzelfällen legen wir größtes Augenmerk auf Rollen und Auftragsklärung. Wenn keine Einigung möglich ist, lösen wir die Geschäftsbeziehung auf. Die Zulieferkette unserer Zulieferer*innen prüfen wir jedoch nicht systematisch – hier gibt es Verbesserungspotential.

Der Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt ist nur gering. Einzig die EZA, wienwork Catering und das Landhotel Yspertal wurden auf dieser Basis als Partner*innen ausgewählt.

Indikatoren

- > Produkte und Dienstleistungen die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt: sehr geringer Anteil
- > Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden: bisher keine genaue Erfassung

Eine konkrete Verbesserungsmaßnahme wäre die Aufnahme der Kriterien Solidarität und Gerechtigkeit in unserem Beschaffungsleitfaden beziehungsweise bei der Auswahl neuer Lieferant*innen darauf zu achten, dass diese bereits eine Gemeinwohlmatrix erstellt haben.

A2 Negativaspekt: Ausnutzen der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Wir bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt werden.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

Da unser Projekt von Nachhaltigkeit geprägt ist, sind wir sehr darauf bedacht, unsere Lieferant*innen dementsprechend auszuwählen.

Kategorie	Häufigkeit	%
Bewusster Papierverbrauch (z.B. papierloses Büro, dünneres Papier)	III	34%
Ökologisches Gebäude	II	23%
Kauf von lokalen Produkten, möglichst kurze Lieferwege	IIII I	67%
Nutzen öffentlicher Verkehrsmittel, soweit möglich	III	34%
Ökostrom/Sonnenstrom	IIII	45%
Umweltfreundliche/ökologische Materialien	IIII II	78%
Zertifizierung	IIII I	56%
Umweltmanagement/Ressourcenschonung	IIII I	67%
n=9		

Betreffend ökologisch-nachhaltiger Aspekte waren wir seit jeher um eine bewusste Auswahl unserer Lieferant*innen bemüht. Jedoch stand letztlich oft der günstigere Preis im Vordergrund.

Der Großteil unserer Lieferant*innen legt Wert darauf, umweltfreundliche und ökologische Materialien einzusetzen. Gerade unsere Druckereien achten darauf, die Umwelt möglichst schonend zu behandeln, indem sie soweit möglich umweltfreundliche Materialien einsetzen. Den meisten ist es wichtig, Produkte aus der nahen Umgebung zu beziehen, um somit kürzere Lieferwege zu haben und die Region zu stärken.

67% setzen auf ein Umweltmanagement, um Ressourcen möglichst effektiv einzusetzen bzw. die Umwelt zu schonen. Dies sind zum Beispiel das Einführen eines Mülltrennungssystems und die Müllvermeidung. Einige setzen auch auf einen geringeren Papierverbrauch bzw. haben dünneres Papier im Einsatz.

Mehr als die Hälfte der Befragten orientiert sich an zertifizierten Produkten und Dienstleistungen. Die Druckerei gugler* etwa bezieht ausschließlich Papier aus FSC- und PEFC-zertifiziertem Anbau. Zwei Lieferant*innen, die an unserer Befragung teilgenommen haben, haben ihre Räumlichkeiten in einem ökologischen Gebäude. Ein weiterer wird im nächsten Jahr den Umzug in ein ökologisch nachhaltiges Gebäude vornehmen.

Im Großen und Ganzen lässt sich sagen, dass die Teilnehmer der Befragung nachhaltig und ökologisch handeln. Wir selbst beziehen seit 2016 "Ökostrom".

Indikatoren

- > Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind: ca. 70% jedoch auch hier keine genaue Erfassung, jedoch achten wir bei der Bestellung von Caterings bzw. bei Druckaufträgen darauf, dass diese entsprechende Zertifikate haben

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Wir können ausschließen, dass wir Produkte beziehen, die mit besonders schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Bezeichnenderweise gab es dazu die kürzesten Rückmeldungen, und von unserer Seite fordern wir auch nichts ein, zumindest nicht systematisch. Weder achten wir auf entsprechende Labels noch stellen diese Werte ein nennenswertes Kriterium in unserem Auswahlprozedere dar.

Aus den meisten beantworteten Fragebögen ging hervor, dass man sich in diesem Bereich generell um das Einhalten der gesetzlichen Standards bemüht.

Zulieferer*innen mit entsprechendem Bewusstsein haben wir aufgrund des beeindruckenden Gesamtpakets ausgewählt (nicht speziell wegen dieses Werts), etwa die Firma gugler*, die neben herausragenden Leistungen in den Bereichen Menschenwürde, ökologische Nachhaltigkeit und Solidarität auch eine „Print the change-Community“ zum Austausch von Know-how gegründet sowie einen Gemeinwohl-Bericht erstellt hat und regelmäßig Betriebsführungen veranstaltet.

Die Firma Thienel lässt ihre Lieferant*innen bei Entscheidungen bezüglich Veränderungen im Unternehmen mitreden und gewährt Mitarbeiter*innen Einsicht in alle Unterlagen. Das Einbeziehen der Mitarbeiter*innen in Entscheidungsprozesse ist für die meisten unserer Zulieferbetriebe, die uns Rückmeldungen geschickt haben, Standard.

Wir selbst laden unsere Lieferant*innen nicht zur gemeinsamen Planung der Lieferungen und Preise ein. Lediglich die konventionellen Preis- und Vertragsverhandlungen finden statt.

Indikatoren

- > Anteil Produkte/Dienstleistungen die ein Label für Transparenz und Mitentscheidung:
keine Erfassung dieses Labels
- > Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang in Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden: geringer Anteil unserer Lieferant*innen, wo dies berücksichtigt wurde

Bei der Auswahl der Lieferant*innen werden wir in Zukunft stärker darauf achten, dass diese den Gemeinwohl-Kriterien entsprechen. Außerdem muss der Beschaffungsleitfaden noch weiter in allen Gremien der Genossenschaft verbreitet und bei der Auswahl der Lieferant*innen eingehalten werden. Eine Erweiterung des Beschaffungsleitfadens um die Punkte Solidarität und Gerechtigkeit steht noch an.

EIGENTÜMER*INNEN UND FINANZPARTNER*INNEN

(Gabriele Hornig, Judith Pühringer, Fritz Fessler)

Eigentümer*innen

Die Eigentümer*innen der Genossenschaft sind ihre Mitglieder. Per 31.12.2016 waren das 4.577 Personen, die in Summe 3.336.700,- € an Eigenkapital in Form von 33.367 Genossenschafts-Anteilen à 100,- € aufgebracht haben. Ein Genossenschafts-Mitglied muss mindestens 2 und darf maximal 1.000 Genossenschafts-Anteile zeichnen. Jedes Mitglied hat genau eine Stimme in der Generalversammlung, unabhängig von der Höhe der Beteiligung. So wird das demokratische Grundprinzip am besten gelebt.

Ausblick:

Die GLS Gemeinschaftsbank eG wird sich 2017 an der Tochter der Genossenschaft, der Gemeinwohl Zahlungsdienstleistungen AG, mit 20 % minus einer Aktie beteiligen. Die restlichen 80 % plus eine Aktie hält die Genossenschaft.

Seit 2017 ist es auch möglich, die Genossenschaft durch eine Spende zu unterstützen. Spender*innen haben den Vorteil, dass sie keine gesetzliche Nachschusspflicht wie die Genossenschafts-Mitglieder haben, jedoch auf der anderen Seite auch kein gesetzliches Mitbestimmungsrecht in der Generalversammlung.

Finanzpartner*innen

Als Finanzdienstleister*innen hat die Genossenschaft 4 Banken ausgewählt, die auch Genossenschafts-Mitglied sind: die Dornbirner Sparkasse, die Volkskreditbank aus Linz, die Raiffeisenbank Lech am Arlberg und die Raiffeisenbank Kitzbühel. 2017 ist als 5. Bank noch die GLS Gemeinschaftsbank dazugekommen. Die Raiffeisenbank Lech am Arlberg und die Dornbirner Sparkasse haben eine Gemeinwohl-Bilanz gelegt.

Als Mitarbeitervorsorgekasse wurde die Fair Finance gewählt, weil sie Fairness, Unabhängigkeit und soziale Verantwortung als Werte lebt, nachhaltig investiert und weil die GLS Gemeinschaftsbank Miteigentümerin der Fair Finance ist.

Fremdkapitalgeber*innen

Die Genossenschaft hat keine Fremdkapitalgeber*innen im engeren Sinn, da sie keine Kredite aufgenommen oder Anleihen begeben hat. Einzig offene Rechnungen von Lieferant*innen, die zum Bilanzstichtag noch nicht fällig bzw. bezahlt waren, stellen einen kurzfristigen Lieferkredit dar. Per 31.12.2016 betragen (wie in der Bilanz ersichtlich) die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen 68.235,79 €.



Foto: © Alexandra Pawloff

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Geld wird rein als Mittel eingesetzt, da die Geldgeber*innen den in der Satzung verankerten Non-for-Profit-Ansatz akzeptiert haben. Die aktuelle Beschlusslage sieht vor, dass erwirtschaftete Gewinne in gemeinwohl-geprüfte Projekte reinvestiert werden.

Wir haben als Genossenschaft keine Kredite aufgenommen. Daher müssen wir keine Kreditzinsen erarbeiten. Im Zahlungsinstitut ist geplant, zukünftig die Refinanzierung der Kontoüberschreitungen mittels Kredite oder Anleihen zu refinanzieren. Weiteres Eigenkapital kommt durch die Zeichnung von neuen Genossenschafts-Anteilen zu Stande. Da derzeit dieses Kapital investiert wird, um den Geschäftsbetrieb aufzubauen und noch keine nennenswerten Umsätze getätigt werden, liegt ein Bilanzverlust per 31.12.2016 von 1.389.929,46 € vor.

Anteil Eigenkapital in Prozent: 2016: 92,1 %, 2015: 91,8 % (Berechnung der Eigenmittelquote nach § 23 URG). Die restlichen 8 % sind kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistungen.

Da noch kein echter Geschäftsbetrieb aufgenommen wurde, ist auch kein echter Branchenvergleich möglich. Das 2017 gegründete Zahlungsinstitut wird bei laufendem Geschäftsbetrieb entsprechend dem Business Plan eine Eigenkapitalquote von mehr als 60 % haben.

Dazu der durchschnittliche Eigenkapital-Anteil der Branche:

- > VKB: 2016: 19,2 %; 2015: 16,4 %
- > Dornbirner Sparkasse 2016: 15,92 %; 2015: 17,64 %
- > RAIKA Lech: 2016: 14,63 %; 2015: 14 %
- > GLS Bank: 2016: 9,8 %; 2015: 10,2 %

Fremdfinanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart: Es liegt keine Fremdfinanzierung vor.

Potential sehen wir darin, das ganze Geld ausschließlich bei ethische Banken einzulegen.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Allfällige Überschüsse werden (re)investiert bzw. in gemeinwohl-geprüfte Projekte (von den Genosschafter*innen ausgewählt) investiert. Derzeit ist die Beschlusslage (laut Satzung) so, dass keine Überschüsse an die Eigentümer*innen ausbezahlt werden. Alles was derzeit ausgegeben wird, wird aus dem Eigenkapital finanziert und in den Aufbau der Finanzdienstleistungen, Akademie und der Rolle als Politische Akteurin investiert.

Kenngroßen

- > Der Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit, Verlust aus den Jahren:
 - 2016: 878.296,76 €
 - 2015: 511.559,55 €
- > Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (Marketing, Kapitalmarktprospekt, Partizipationstool, Akademie)
 - 2016: 129.877 €
 - 2015: 82.047 €
- > Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben:
 - 2016: 16.000€
 - 2015: keine
- > Anlagenzugänge:
 - 2016: 1.012 €
 - 2015: 1.420 €
- > Da noch keine Gewinne erwirtschaftet werden konnten, wurden auch noch keine Rücklagen gebildet.
- > Da noch keine Gewinne erwirtschaftet werden und die Beschlusslage keine Ausschüttungen vorsieht, gibt es keine auszuschüttenden Kapitalerträge.

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Die Verteilung der Geldmittel erfolgt unter fairen Bedingungen.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

In der Genossenschaft wird ein Online-Generalversammlungstool entwickelt, um die Partizipation zu erhöhen und weniger Reiseaufwand bei den Genossenschafts-Mitgliedern zu generieren.

Die Crowdfunding-Plattform www.gemeinwohlprojekte.at wurde aufgebaut und startete 2017, um gemeinwohl-geprüfte Projekte über unsere Community zu finanzieren.

Die Akademie für Gemeinwohl wird aufgebaut, um das Wissen über unser Geld- und Finanzwesen zu verbreiten, Alternativen zu entwickeln und indirekt über Wissens- und Haltungsvermittlung Multiplikator*innen zu schaffen.

Wir haben ein papierärmeres Büro beim Genossenschafts-Register mit digitalem Urkundenarchiv umgesetzt. Der Standort des Büros ist so gewählt worden, dass eine gute öffentliche Anbindung gegeben ist und es an einem Radweg liegt.

Investitionsplan inklusive ökologischer Sanierungsbedarf: Es gibt keinen ökologischen Sanierungsbedarf. Aus den Investitionen in Zahlungsinstitut, Akademie und Crowdfunding- Plattform entspringt kein Sanierungsbedarf. Bei der Fernwärme Zentral-Heizung und der Bürobeleuchtung investieren wir jetzt nicht, da es ein Mietobjekt ist und wir bewusst das Bestehende nutzen, solange es funktioniert.

Realisierung der ökologischen Investitionen: Es gibt derzeit keine ökologischen Investitionen.

Finanzierte Projekte: Im Berichtszeitraum gab es keine Projekte. Seit 2017 gibt es Projekte, die über die Crowdfunding-Plattform finanziert werden.

Fondsveranlagungen: Es gibt derzeit keine Fondsveranlagungen. Unser gesamtes Geldvermögen besteht aus Sichteinlagen bei 4 Banken (bzw. seit 2017 bei 5 Banken).

B3 Negativaspekt: Anhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Unser Geschäftsmodell baut nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen auf.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Allen Berührungsgruppen steht die Möglichkeit offen Genossenschafts-Mitglieder zu werden, aber für Mitarbeitende und Lieferant*innen besteht dazu keine Verpflichtung.

Eine hohe Beteiligung der rund 4.600 Miteigentümer*innen ist gegeben. Alle können sich an Grundsatzentscheidungen in den Generalversammlungen mit Kopfstimmrecht beteiligen. Die Genossenschaft ist die passende Rechtsform, um das Übernehmen oder Übertragen von Eigentums-Anteilen im Sinne echter Mitunternehmerschaft zu erleichtern.

Das Zahlungsinstitut als Tochter der Genossenschaft muss aus regulatorischen Gründen als Aktiengesellschaft geführt werden. Es gibt Durchgriffsrechte der Generalversammlung der Genossenschaft auf die Personalwahl und ein Weisungsrecht für Entscheidungen in der Hauptversammlung der Aktiengesellschaft. Die Generalversammlungs-Protokolle werden allen Genossenschafter*innen bereitgestellt und sind für diese online abrufbar.

Transparente Entscheidungsgrundlagen: Die Projektaktiven haben in den Arbeitskreisen Zugriff auf alle ihren Arbeitskreis betreffenden Unterlagen. Durch die Anlehnung der Organisation an die Sozialdemokratie ist die Mitbestimmung sehr breit möglich. Die Vorstands- und Aufsichtsratsprotokolle sind nicht öffentlich einsehbar, weil es um vertrauliche Themen mit Berührungsgruppen geht, wo es z.T. Geheimhaltungserklärungen mit Lieferant*innen gibt oder gesetzliche Auflagen gelten.

Wir sind uns bewusst, dass wir uns hier in einem Spannungsfeld zwischen der Wahrung von Geschäftsgeheimnissen und der angestrebten Transparenz bewegen. Nichtsdestotrotz ist unser Ziel größtmögliche Transparenz.

Ausblick:

Ein monatlicher Finanzbericht (Soll-Ist-Vergleich) mit Kostenstellenrechnung wird seit 2017 vom Vorstand erstellt und an Aufsichtsrat und Teilbudgetverantwortlichen verteilt. Ebenso wurde 2017 ein Transparenzbericht erstellt und online frei zugänglich gemacht. Im Transparenzbericht veröffentlichen wir unser Gehaltsschema samt der Gehaltsspreizung, die durchschnittlichen Ausgaben und Einnahmen der Genossenschaft, die Entwicklung der Rückzahlquote und die wichtigsten Kennzahlen des Jahresabschlusses. Dieser Bericht wird zweimal im Jahr aktualisiert.

Die Genossenschafter werden regelmäßig per Infoschreiben über Neuigkeiten aus der Genossenschaft informiert. Inhaltlich bezogen sich die Themen auf wichtige Neuerungen wie zum Beispiel die Einführung des Crowdfunding oder Neubesetzungen in einzelnen Gremien wie die Akademie.

Das Eigenkapital verteilt sich wie folgt auf (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100 %):

- > Führungskräfte → 0,04 %
- > Mitarbeiter*innen → 1,2 %
- > Kund*innen → 0 % (Kund*innen im engeren Sinne von Vertragspartner*innen gibt es erst nach Aufnahme des operativen Geschäftsbetriebes)
- > Lieferant*innen → 0,1 %
- > Sonstige Genossenschafter*innen (Kund*innen im weiteren Sinn) → 98,66 %

B4 Eigentum und Mitentscheidung – Fortsetzung

Eine genaue Zahl, wieviel ehrenamtliche Mitarbeiter*innen auch Genossenschafter*innen sind, lässt sich nur schwer ermitteln, da hier die Fluktuation relativ hoch ist. Jedoch kann man sagen, dass ein Großteil auch Mitglied der Genossenschaft ist.

Die Generalversammlungen:

2015:

- > 1 Hauptversammlung (oGV) und 1 außerordentliche Generalversammlung (aoGV)
- > Teilnehmer*innen: oGV 30 von 105 Genossenschafter*innen; aoGV 131

2016:

- > 1 oGV und 3 aoGVs
- > Teilnehmer*innen: oGV 95 von 3.725 Genossenschafter*innen; aoGV durchschnittlich 150

Die Eigentümer*innen haben noch nicht die Möglichkeit, Kund*innen im engeren Sinn zu sein. Jedoch sind die strukturellen Rahmenbedingungen gegeben, um zukünftig „Vorbildlich“ zu sein. Die Schulung der Eigentümer*innen durch die Akademie, um ihre Rolle vollständig ausfüllen zu können, ist gegeben, wurde bis jetzt jedoch erst spärlich angenommen.

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Es gibt keine realistische Möglichkeit einer feindlichen Übernahme.

MITARBEITENDE

(Carolin Wallitzky, Thomas Reichmann)

Unter Mitarbeitenden versteht die Genossenschaft nicht nur ihre ca. 20 Angestellten, deren Arbeitsplatz vorwiegend das Genossenschafts-Büro im 5. Wiener Gemeindebezirk ist, sondern auch die zahlreichen, ehrenamtlich Mitwirkenden in ganz Österreich. Die beiden Gruppen bilden gemeinsam die Projektaktiven.

Die Zahl der Ehrenamtlichen, die im Betrachtungszeitraum aktiv sind, lässt sich nicht genau ermitteln. Es liegt in der Natur der Sache, dass diese Gruppe einer stärkeren Fluktuation unterlegen ist und sich auch in schwankender Intensität engagiert – in Abhängigkeit der zeitlichen Kapazitäten. Man kann davon ausgehen, dass in den Jahren 2015 und 2016 sich ca. 80 bis 100 Personen als für die Genossenschaft ehrenamtlich tätig bezeichnet haben.

Auf diese Zahl lässt sich vor allem durch die registrierten Nutzer*innen auf der Kollaborations-Plattform Teamlab schließen. Diese Anwendung wird für den Informations- und Meinungsaustausch unter den Projektaktiven sowie als Dateiablage genutzt.

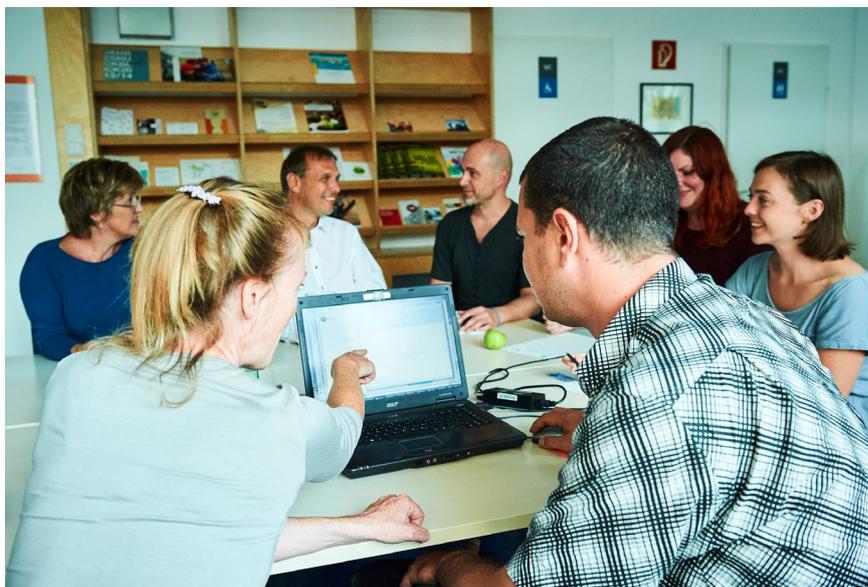


Foto: © Aleksandra Pawloff

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Die Anlehnung der Organisationsstruktur der Genossenschaft für Gemeinwohl an das Modell der Soziokratie macht greifbar, dass für die Organisation Menschenrechte bzw. Menschenwürde wesentliche Werte sind. Die Tatsache, dass Soziokratie angewendet wird, zeigt, dass der Mensch im Mittelpunkt des Handelns steht. Denn in dieser Organisationsform ist soziale Sicherheit für alle Beteiligten gegeben und Selbstorganisation sowie Mitverantwortung stellen die Grundlagen dafür dar.

Die Unternehmenskultur der Genossenschaft für Gemeinwohl ist durch ihre Entstehungsgeschichte als zivilgesellschaftliche Initiative geprägt. Gemeinsames demokratisch organisiertes Gestalten und ein wertschätzender Umgang miteinander waren bereits in der Vorläuferorganisation (Verein) grundlegende Werte.

Die Genossenschaft hat diese inhärenten Werte unter anderem in Organisationsprinzipien ausformuliert, die von der Generalversammlung „im Satzungsrang“ beschlossen wurden – d.h. sie haben die gleiche Wertigkeit wie die Satzung der Genossenschaft selbst. Diese Werte wurden, neben weiteren Themen, in einer Umfrage unter Mitarbeitenden hinterfragt (32 Teilnehmer*innen), um einen Einblick zu erhalten, wie deren Umsetzung in der Praxis erlebt wird. (Die Auswertung der Umfrageergebnisse befindet sich im Anhang.)

Wesentliche Werte und wie sie gelebt werden

Wertschätzende Kommunikation

Die Genossenschaft geht davon aus, dass Vertrauen und wechselseitige wertschätzende (mündliche und schriftliche) Kommunikation die Grundlagen für erfolgreiches Arbeiten darstellen.

Dieser Aspekt der Unternehmenskultur wird unter den Projektaktiven weitestgehend als gelebte Praxis empfunden. Die Ergebnisse zeigen ebenfalls eine sich gut entwickelnde „Vertrauenskultur“. Die Projektaktiven fühlen sich sicher, alle Anliegen oder Probleme ansprechen zu können. 50 % der Umfrage-Teilnehmer*innen gaben an, dass dieser Wert „überwiegend gelebt“ wird und weitere 43 % empfinden wertschätzende Kommunikation als „weitgehend gelebt“. Im Umfrageergebnis gibt es dazu keine Negativwerte.

Partizipation & Subsidiaritätsprinzip

Partizipation bedeutet für die Genossenschaft, dass allen interessierten Menschen ermöglicht wird, sich in operative Entscheidungsprozesse als Projektaktive einzubringen. Unter dem Subsidiaritätsprinzip versteht die Genossenschaft, dass Entscheidungen auf der möglichst niedrigsten Ebene getroffen werden.

Die Mitgestaltungsmöglichkeiten der Projektaktiven werden grundsätzlich sehr positiv wahrgenommen. Den Wert Partizipation sehen im Betrachtungszeitraum 64 % als überwiegend und 36 % als weitgehend gelebt an. Das Subsidiaritätsprinzip empfinden 76 % als überwiegend und 3 % als weitgehend gelebt. Eine Entwicklung nach dem Betrachtungszeitraum zu mehr dediziert verteilter Verantwortung (weniger „alle“ entscheiden mit) wird zum Teil kritisch gesehen, steht aber andererseits im Einklang mit einer positiven Wahrnehmung von mehr Effizienz und Steigerung von Entscheidungsqualität in der Organisation.

Transparenz

Die Genossenschaft hat das Bestreben, alle Informationen allen Projektaktiven zugänglich zu machen. Das Thema Transparenz wird ausgesprochen hoch als gelebte Praxis eingeschätzt. Die Einschätzung, dass Transparenz weitgehend oder überwiegend gelebt wird, teilen 90 % der Umfrageteilnehmer*innen.

Dynamische Steuerung

Hinter dem Schlagwort dynamische Steuerung steht die Grundlage, dass alle Entscheidungen reversibel bzw. weiterentwickelbar sind, um ein Lernen daraus zu ermöglichen.

Dieses Prinzip findet auch in der Praxis seine Anwendung – die Umfrage zeigt, dass eine positive Fehlerkultur wahrgenommen wird, in der es in Ordnung ist, Entscheidungen neu zu überdenken. 64 % der Umfrage-Teilnehmer*innen sehen die dynamische Steuerung weitgehend und 21 % überwiegend gelebt.

Diversität

Diversität wird interpretiert als menschliche Vielfalt in jeglicher Hinsicht. Die Genossenschaft berücksichtigt Diversität in verschiedenen Belangen. So wurden beispielsweise die Büroräumlichkeiten so ausgewählt, dass sie barrierefrei zugänglich sind oder bei Stellenausschreibungen explizit Frauen angesprochen. In der Umfrage zeigen sich keine Hinweise darauf, dass Projektaktive Probleme in diesem Bereich sehen würden. 80% der Umfrage-Teilnehmer*innen sehen Diversität weitgehend oder überwiegend gelebt.

Zahlen und Daten zu den Mitarbeitenden

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

Nachdem sich die Genossenschaft Ende 2014 gegründet hatte, wurden mit 1.1.2015 die ersten 3 Personen für die Genossenschafts-Leitung angestellt. Im Laufe des Jahres 2015 folgten 7 weitere Personen. Im Jahr 2016 wurden 12 zusätzliche Personen beschäftigt. Von diesen insgesamt 22 Personen, die im Betrachtungszeitraum angestellt wurden, waren mit Stichtag 31.12.2016 noch 20 Personen beschäftigt. Die 2 ausgeschiedenen Personen sind auf eigenen Wunsch am 31.1.2016 bzw. 31.8.2016 gegangen.

Angebot zu Entwicklungsmöglichkeiten und zu Gesundheit/Diversität

Alle Projektaktiven (sowohl angestellt als auch ehrenamtlich) können kostenlos an internen Fortbildungsveranstaltungen der Akademie für Gemeinwohl teilnehmen. Die Akademie für Gemeinwohl vermittelt Wissen über das Geld- und Bankenwesen mit dem Fokus auf Finanzpraktiken, die das Gemeinwohl fördern. Sie veranstaltet darüber hinaus Workshops zum Thema Soziokratie, die insbesondere für Projektaktive geeignet sind, um die eigene Organisationsstruktur kennen zu lernen und sicher in dieser agieren zu können. Im Bereich Gesundheit/Diversität gibt es kein Angebot der Genossenschaft.

Gesundheits-/Krankenquote, Betriebsunfälle und Karenzen

Im Jahr 2015 gab es bei den in diesem Zeitraum angestellten 10 Personen insgesamt 8,5 Krankentage. Im Jahr 2016 gab es bei den in dem Zeitraum angestellten 22 Personen insgesamt 55,5 Krankentage. Es lässt sich nicht feststellen, dass Beschäftigte trotz Krankheit zur Arbeit gegangen sind.

In den Jahren 2015 und 2016 gab es keine Betriebsunfälle in der Genossenschaft für Gemeinwohl. In diesem Zeitraum wurden auch keine Mütter- oder Väterkarenzen angetreten.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz – Fortsetzung

Gesundheit in der Organisation

Aufgrund der Start-Up-Situation der Genossenschaft für Gemeinwohl im Berichtszeitraum gibt es nur wenig finanzielle Ressourcen und daher keine Möglichkeiten für gesundheitliche Förderung. Zunächst fehlt es an Bildschirmarbeitsplätzen bzw. generell an ergonomischer Ausstattung am Arbeitsplatz. Viele Mitarbeitende nutzen ihre privaten Laptops – auch im Genossenschafts-Büro. Im Laufe des Jahres 2016 werden erste externe Bildschirme angeschafft, um die Situation zu verbessern.

Die psychische Gesundheit von Mitarbeitenden wird durch die Werte, die die Genossenschaft vertritt, implizit gefördert. So schaffen etwa wertschätzende Kommunikation oder weitreichende Partizipation unter den Projektaktiven gelingende Beziehungen. Darüber hinaus ist für viele Mitarbeitende die Tätigkeit in der Genossenschaft per se sinnstiftend, was das psychische Wohlbefinden stützt.

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden

Die 22 Angestellten des Berichtszeitraumes setzen sich, in Alter und Geschlecht aufgegliedert, wie folgt zusammen:

Alterskategorien	weiblich	männlich
20 - 29 Jahre	2	1
30 - 39 Jahre	2	3
40 - 49 Jahre	4	4
50 - 59 Jahre	3	2
Über 60 Jahre	1	0
Gesamt	12	10

Die Genossenschaft für Gemeinwohl hat seit ihrer Gründung eine Organisationsstruktur, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt. Es gibt in der Unternehmenskultur festgeschriebene Werte in Bezug auf Projektaktive, die nicht nur auf dem Papier stehen, sondern auch gelebt werden. Es gibt jedoch Verbesserungspotential in Bezug auf Gesundheitsmaßnahmen am Arbeitsplatz.

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Die Genossenschaft unterstützt in keiner Weise menschenunwürdige Arbeitsbedingungen.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Die in der Genossenschaft definierte Wochenarbeitszeit bei einer Vollanstellung liegt bei 38,5 Stunden. Von den 22 im Berichtszeitraum angestellten Personen sind 10 zum Vollzeit-Stundenausmaß beschäftigt, 3 Personen zu 30 Wochenstunden, 2 zu 25 Wochenstunden, 2 zu 20 Wochenstunden, 1 Person zu 16 Wochenstunden, 1 zu 4 Wochenstunden und 1 mit 1,3 Wochenstunden. Damit entsprechen die 22 Personen 16,27 Vollzeitäquivalenten.

Alle Angestellten haben in ihren Dienstverträgen eine Gleitzeitregelung. Die zu leistende Wochenarbeitszeit können sich die Mitarbeitenden selbst einteilen, es gibt keine Kernarbeitszeit. Je nach Aufgaben ist eine Aufgabenerfüllung zu bestimmten Uhrzeiten zwar notwendig – diese ist jedoch nicht vertraglich festgeschrieben, sondern wird von den Mitarbeitenden eigenverantwortlich eingehalten. Die Arbeitszeiterfassung erfolgt „händisch“ auf Vertrauensbasis, es gibt keine automatische Zeiterfassung bzw. Arbeitszeitüberwachung.

Gesellschaftliche Teilhabe

Die Genossenschaft für Gemeinwohl sieht sich selbst als vernetzte, zivilgesellschaftliche Akteurin, die einen gewissen gesellschaftlichen Wandel anstoßen bzw. mitgestalten möchte. In diesem Sinne pflegt die Genossenschaft Kooperationen mit anderen Akteur*innen aus ähnlichem Umfeldern und kommuniziert diese öffentlich unter der Bezeichnung Netzwerkpartner*innen. Die Mitarbeitenden nehmen an den Kooperationen teil und haben auch persönliche Kontakte zu diesen Netzwerkpartner*innen.

Work-Life-Balance

Work-Life-Balance ist für die Genossenschaft ein beachtetes Thema. Die selbst beeinflussbaren bzw. wählbaren Arbeitszeiten ermöglichen es, die Arbeitszeit an die persönliche Lebensgestaltung anzupassen. Die Unterscheidung zwischen „Arbeit“ und „Freizeit“ ist in der Genossenschaft jedoch oft auch eher fließend, da für die vielen ehrenamtlichen Mitarbeitenden ihre Arbeitszeit gleichzeitig ihre Freizeit ist. Ebenso engagieren sich Angestellte auch ab und zu ehrenamtlich in der Genossenschaft.

Die Professionalisierung der Organisation im Betrachtungszeitraum hat mehr Klarheit in der Abgrenzung zwischen den beiden Sphären mit sich gebracht. Es herrscht jedoch weiterhin eine Gründungssituation vor, die häufig Stress mit sich bringt und in der einen oder anderen Situation zur Überlastung einzelner Mitarbeitender führt. So spielte Überlastung auch bei den beiden 2016 ausgeschiedenen Angestellten eine Rolle. Die finanzielle Lage in dieser Start-Up-Phase der Genossenschaft führt dazu, dass keine zusätzlichen Personen angestellt werden können, um angemessen entgegenwirken zu können.

Zahlen zum Verdienst

Höchst- und Mindestverdienst

Der niedrigste Stundenlohn lag bei 8,- € pro Stunde, den höchsten Stundenlohn hatten die Genossenschafts-Vorstände mit 27,- € pro Stunde. Der niedrigste Bruttojahreslohn lag bei 1.479,31 € für die Position mit 1,3 Wochenstunden (Stundenlohn 19,- €), gefolgt von 4.849,60 € mit 10 Wochenstunden zu 8,- €. Der höchste Bruttojahreslohn lag bei 63.014,49 € für ein Vorstandsgehalt bei einer Anstellung von 38,5 Stunden (Stundenlohn 27,- €).

Gehaltsspreizung

Die Gehaltsspreizung zwischen niedrigstem und höchstem Einkommen in der Genossenschaft liegt bei 1:3,4. Damit ist der Unterschied zwischen Niedrigst- und Höchstverdienenden durchaus gering. In der Satzung der Genossenschaft ist eine maximale Gehaltsspreizung von 1:5 vorgeschrieben.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge - Fortsetzung

Lebenswürdiger Verdienst

Der lebenswürdige Verdienst („living wages“) ist definiert als das Einkommen, das für ein menschenwürdiges Leben mindestens benötigt wird. In Österreich liegt dieses Einkommen für eine Einzelperson bei 883,- bis 1.094,- € (mehr Infos dazu siehe <https://wageindicator.org/main/salary/wages-in-context>, Stand: August 2017).

Alle von der Genossenschaft ausbezahlten Gehälter liegen höher, als diese Untergrenze vorgibt, ausgenommen die Gehälter bei 1,3, 4 u. 10 Wochenarbeitsstunden.

Die folgende Tabelle zeigt alle Gehälter im Verhältnis zu den jeweiligen Wochenarbeitszeiten.

Wochenstunden	VZ-Äquivalente	Bruttostundengehalt	Bruttojahresgehalt
1,3	0,03	19	1497,31
10	0,26	8	4849,60
4	0,10	24	5502,00
20	0,52	10	12124,00
20	0,52	10	12124,00
30	0,78	10	18186,00
30	0,78	10	18186,00
30	0,78	12	21823,20
38,5	1	10	23338,70
25	0,65	16	24248,00
25	0,65	16	24248,00
16	0,42	27	26187,84
38,5	1	14,4	33607,728
38,5	1	16	37341,92
38,5	1	18	42009,66
38,5	1	21	49011,27
38,5	1	21	49011,27
38,5	1	21	49011,27
38,5	1	21	49011,27
30	0,78	27	49102,20
38,5	1	27	63014,49
38,5	1	27	63014,49
626,3	16,27	385,4	676450,22

Medianverdienst

Der Medianverdienst liegt bei 16,- € brutto pro Stunde. Das entspricht einem Vollzeit-Jahresgehalt von 37.341,92 €.

Geleistete Überstunden

Im Jahr 2015 wurden gesamt 414,04 Überstunden von 10 Angestellten (Stichtag 31.12.2015) geleistet. Davon entfielen 219,9 Stunden (= 53,1%) auf die 2 Vorstände. Im Jahr 2016 wurden gesamt 713,09 Überstunden von 20 Angestellten (Stichtag 31.12.2016) geleistet. Davon entfielen 471,9 Stunden (= 66,2 %) auf die 2 (bzw. ab Oktober 2016 3) Vorstände. Eine Abgeltung der Überstunden erfolgt über Zeitausgleich. Die angestellten Mitarbeitenden können sich die zusätzlich gearbeitete Zeit frei nehmen. Die Zeiterfassung erfolgt eigenverantwortlich.

In der Genossenschaft gibt es eine niedrige Gehaltsspreizung von 1:3,4. Alle Angestellten können sich ihre Arbeitszeiten selbst einteilen, die Gehälter sind lebenswürdige Verdienste. Jedoch gibt es keine Selbstbestimmung in der Gestaltung der Arbeitsverhältnisse und eine ausgeglichene Work-Life-Balance kann nicht gewährleistet werden.

Ausblick:

Seit 1. Jänner 2017 gilt eine unternehmensinterne Regelung, die besagt, dass maximal 100 Überstunden und maximal 10 Urlaubstage ins Folgejahr mitgenommen werden dürfen, um zu gewährleisten, dass die Angestellten ausreichend Erholung erhalten.

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Die Genossenschaft schließt keine ungerechten Arbeitsverträge ab – die Mitarbeitenden werden in keinerlei Hinsicht ausgebeutet.

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Für eine Genossenschaft, die sich dem Gemeinwohl verschrieben hat, spielen die Themen Umwelt und Nachhaltigkeit erwartungsgemäß eine wichtige Rolle. Die Mitarbeitenden selbst bringen ein hohes Bewusstsein für diese Themen mit und es findet auch eine gegenseitige, positive Beeinflussung statt. Bei der Umfrage unter den Projektaktiven (siehe Anhang) gibt die Mehrheit der Teilnehmer*innen an, dass sich durch ihr Engagement in der Genossenschaft ihre persönliche Lebensweise in Bezug auf Nachhaltigkeit positiv beeinflusst hat oder dass sie bereits zuvor Wert auf das Thema gelegt haben. Ebenso schätzen viele Mitarbeitenden das achtsame Nutzen der Ressourcen innerhalb der Genossenschaft und bringen auch selbst Verbesserungsvorschläge ein.

Ernährung am Arbeitsplatz

Die Genossenschaft verfügt über keine Kantine und kann daher keine ökologisch-regionale Verpflegung zur Verfügung stellen. Das Wiener Büro verfügt über eine Küche, die von vielen Projektaktiven genutzt wird. Gelegentlich kocht ein*e Mitarbeiter*in für die Kolleg*innen ein meist vegetarisches Mittagessen. Ansonsten findet Selbstverpflegung in verschiedensten Formen statt. Bei Referent*innen-Trainings wird auf Bio-Catering zurückgegriffen.

Wahl des Betriebsstandortes

Das Wiener Büro als Betriebsstandort wurde bewusst in zentraler Lage gewählt. Es befinden sich eine U-Bahnstation und mehrere Busstationen in unmittelbarer Umgebung. So ist es allen Mitarbeitenden möglich, mit öffentlichen Verkehrsmitteln anzureisen. Ebenso verläuft in direkter Nähe des Büros ein Radweg. Die zentrale Lage erleichtert eine Anreise mit dem Rad oder zu Fuß.

Anfahrt zum Arbeitsplatz

Die Anfahrt der Mitarbeitenden zu ihrem Arbeitsplatz verläuft weitgehend umweltfreundlich. Es gibt keine Dienstfahrzeuge. Bei der Umfrage haben die Projektaktiven folgende Angaben dazu gemacht, welche Verkehrsmittel sie im Betrachtungszeitraum genutzt haben, um zur Genossenschaft zu gelangen:

- > 41 % nutzen öffentliche Nahverkehrsmittel.
- > 24 % gehen zu Fuß.
- > 16 % fahren mit dem Fahrrad.
- > 13 % nutzen öffentliche Fernverkehrsmittel.
- > 6 % kommen mit dem Auto zum Arbeitsplatz.

Die überwiegende Mehrheit der Mitarbeitenden gelangt umweltbewusst an ihren Arbeitsplatz. Dies wurde durch die Standortwahl bewusst gefördert. Ebenso gibt es keine Dienstfahrzeuge. Die Mitarbeitenden haben ein hohes ökologisches Bewusstsein und tragen dieses in die Organisation. Darüber hinaus nehmen sie einen achtsamen Umgang mit Ressourcen wahr.

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Die Mitarbeitenden der Genossenschaft legen Wert auf ökologisches Verhalten. Ein Verschwenden von Ressourcen wird nicht geduldet.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

In der Genossenschaft sind Mitentscheidung und Transparenz „im Satzungsrang“ festgeschrieben. Die Satzung und die sie ergänzenden Dokumente (Beschreibung der Organisation, Geschäftsordnung der Generalversammlung), die von der Generalversammlung beschlossen wurden, deklarieren sie als zentrale Grundlagen des Unternehmens.

Da Mitentscheidung und Transparenz so wesentliche Aspekte für die Genossenschaft darstellen, wurden diese bereits in der Unternehmenskultur bei C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz beschrieben und darauf eingegangen, wie diese Werte in der Praxis gelebt werden. Prinzipiell werden in Anlehnung an die Soziokratie alle operativen Entscheidungen in der Genossenschaft in Teams getroffen. Alle strategischen Entscheidungen werden in den Generalversammlungen getroffen. Dort haben die meisten Projektaktiven ein Mitentscheidungsrecht, da fast alle auch Genossenschafter*innen sind.

Ende 2016 wurde von der Genossenschaft ein sogenannter Transparenzbericht veröffentlicht, der Genossenschafter*innen darüber informiert, in welchen Bereichen und in welcher Höhe ihre Gelder verwendet wurden. Fast alle angestellten Mitarbeitenden haben sich damit auch einverstanden erklärt, dass ihr Gehalt mit ihnen namentlich in Verbindung gebracht wird.

Zugang zu Daten

Für die Projektaktiven sind alle wesentlichen Informationen über die Kollaborations-Plattform Teamlab aufrufbar. Es gibt kaum Dokumente, die nicht für jede*n einsehbar sind. Jene Dokumente fallen unter datenschutzrechtliche Belange oder enthalten andere sensible Daten.

Die Zugänglichkeit zu relevanten Informationen wird unter den Projektaktiven sehr positiv gesehen. In der Umfrage unter den Projektaktiven haben diese angegeben, dass ihr Informationsbedürfnis nach eigener Einschätzung im Mittelwert zu 81 %, im Median zu 80 % erfüllt ist.

Wahl des Vorstands

In der Genossenschaft für Gemeinwohl wird der Genossenschafts-Vorstand durch die Generalversammlung gewählt. Diese Regelung ist nicht vom Genossenschafts-Gesetz vorgegeben, sondern bewusst so festgelegt, um einen höheren Grad an Mitbestimmung der Genossenschafter*innen (und somit auch der Mitarbeitenden) zu ermöglichen.

Interne Kommunikation

Zur internen Kommunikation werden verschiedene Formen genutzt. Neben E-Mail, Meetings, Telefon und persönlichen Gesprächen ist auch die Kollaborations-Plattform Teamlab häufig im Einsatz. Dort ist der stattgefundene Austausch auch für alle Projektaktiven bei Interesse nachlesbar.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz – Fortsetzung

Qualität von Entscheidungen

Der hohe Grad an Mitbestimmung der Projektaktiven führt zu einer großen Miteinbeziehung aller Beteiligten und zu hoher Transparenz. Je mehr Personen jedoch in eine Entscheidung miteinbezogen sind, desto schwieriger und länger kann die Entscheidungsfindung werden, d.h. es kann die Entscheidungseffizienz darunter leiden. Was die Mitarbeitenden von den getroffenen Entscheidungen halten und wie effizient sie die Entscheidungsfindung einschätzen, wurde daher in der Mitarbeitenden-Umfrage erfragt.

Für die Jahre 2015 und 2016 empfinden die Umfrage-Teilnehmer*innen zu 44 % eine mittlere Entscheidungsqualität, 33 % eine überwiegend hohe und 13 % eine hohe. Lediglich 10 % sehen diese überwiegend niedrig und niemand niedrig.

Für den gleichen Zeitraum empfinden die Teilnehmer*innen den Entscheidungsaufwand zu 33 % angemessen, zu 50 % überwiegend zu hoch, 10 % zu hoch, 7 % überwiegend zu wenig und niemand zu wenig.

Hier zeigt sich, dass meist gute oder zumindest mittelgute Entscheidungen getroffen werden, dafür jedoch häufig ein hoher Aufwand zum Tragen kommt.

Für die Genossenschaft sind Transparenz und Partizipation deutlich gelebte Werte. Durch die Soziokratie trifft die Gruppe Entscheidungen, die die Gruppe betreffen, auch selbst. Die Mitarbeitenden haben über die vorhandene Kollaborations-Plattform Zugriff auf alle Daten, die zur Verfügung gestellt werden können. Lediglich die Wahl der Vorstands-Mitglieder erfolgt über die Genossenschafts-Mitglieder und nicht explizit durch die Mitarbeitenden.

Ausblick: Die Umfrage zeigt eine deutliche Verbesserung im Entscheidungsaufwand für 2017 (zu 69 % angemessen) und in der Entscheidungsqualität (für 74 % überwiegend hoch bzw. hoch). Dies zeigt die fortschreitende Professionalisierung der Genossenschaft.

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Durch die Implementierung einer Organisationsstruktur, die sich am Modell der Soziokratie orientiert, sind Mitbestimmungsmöglichkeiten für Mitarbeitende („von unten nach oben“) stärker implementiert als durch das Instrument des Betriebsrats.

KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN

(Patrick Zaunfuchs, Gabriel Zirm, Bernhard Wieser)

D1 Ethische Kundenbeziehung – Fortsetzung

Vorausschicken muss man: Die „Kund*innen“ der Genossenschaft für Gemeinwohl (GfG) sind im Berichtszeitraum (2015/16) ausschließlich die Genossenschafts-Mitglieder sowie die Besucher*innen der Veranstaltungen der Akademie für Gemeinwohl.

Die Neukund*innen-Gewinnung erfolgt über verschiedene Kommunikations-Kanäle, von der persönlichen Empfehlung über laufende Information der langfristig aufgebauten Community (Newsletter, Facebook) bis zu vereinzelt klassischen Werbemaßnahmen in der Öffentlichkeit.

Relaunch der Werbekampagne

Im Sommer 2016 übernimmt die Werbeagentur Unique pro bono das Ausarbeiten einer Werbekampagne. Diese sorgt im Herbst über mehrere Wochen hinweg für große Aufmerksamkeit. Auch die Zahlen beim Zeichnen steigen merklich, wenn auch nicht so stark wie erhofft. Der Effekt bleibt mangels weiterer eingesetzter Mittel jedoch kurzfristig.

Bei der Bewerbung wird besonderes Augenmerk auf Kosteneffizienz gelegt. So können wir mit Unterstützung von Unique große Rabatte bei der Infoscreen-Kampagne wie auch gratis Printanzeigen im Wert von rund 100.000 € erzielen. Um unsere Botschaft nicht nur in Österreichs Ballungszentren zu verbreiten, wird eine ergänzende Online-Kampagne gezielt in den „weißen Flecken“ der Infoscreen-Kampagne geschaltet. Durch die Regionalisierung unserer Botschaften erreichen wir sehr hohe Aufmerksamkeit.



Foto: © Genossenschaft für Gemeinwohl

D1 Ethische Kundenbeziehung – Fortsetzung

Stammkund*innen – im Dialog mit unseren Genossenschafter*innen

Unsere „Stammkund*innen“ erhalten laufend aktuelle Information über die Fortschritte der Genossenschaft für Gemeinwohl (via regelmäßiger Info-Schreiben, auf der Website und auf Facebook). Darüber hinaus werden sie in wichtige Entscheidungen eingebunden. Diese Möglichkeit der Mitgestaltung und Mitbestimmung bietet sich nicht nur im Rahmen der Generalversammlungen. So werden die Genossenschafter*innen im Frühjahr 2016 mittels einer umfangreichen Online-Befragung zu folgenden Themen um ihre Meinung gebeten:

- > persönliche Relevanz der Werte der Genossenschaft
- > gewünschten Kommunikations-Medien und Art der Kommunikation (z.B.: „per Du“)
- > Gestaltung zukünftiger Partizipationsmöglichkeiten
- > Produkt-Anforderungen an das zukünftige Gemeinwohl-Konto
- > Ausrichtung und Bedarf des geplanten Crowdfunding für Gemeinwohl
- > Ziele und Angebot der Akademie für Gemeinwohl

Um sicherzustellen, dass die auf der Generalversammlung vom 1.10.2016 getroffene Strategie-Änderung allen Genossenschafter*innen bekannt wird, wurden diese erstmals auch per Briefsendung kontaktiert.

Ethische Kundenbeziehung – Teil unserer Vision

Unser Selbstverständnis hinsichtlich der Kundenbeziehung speist sich aus der bereits im Jahre 2011 entwickelten Vision der Bank für Gemeinwohl:

4. KOOPERATION MIT KUNDINNEN UND KUNDEN

[...] Im Umgang mit Kundinnen und Kunden legt die Bank für Gemeinwohl Wert auf Menschenwürde und Gleichwertigkeit. Daher nehmen Mitarbeiter/-innen deren Lebensbedürfnisse, Gefühle und Meinungen gleich ernst wie die eigenen. Begegnungen finden auf Augenhöhe statt und zeichnen sich durch wichtige Elemente gelingender menschlicher Beziehungen wie Ehrlichkeit, Zuhören, Wertschätzung, Vertrauen und Sicherheit aus. Die Bank für Gemeinwohl fördert ein Maximum an Kooperation innerhalb ihrer Kundschaft.

Darüber hinaus legen wir im täglichen Umgang großen Wert auf Transparenz, Fairness und Mitbestimmung im Umgang mit unseren „Kund*innen“.

Ein Projekt der Zivilgesellschaft – offen für alle?

Unser Bestreben ist es, allen Menschen Zugang zur Genossenschaft und ihren Angeboten zu ermöglichen. Dieses Ziel erfüllen wir, soweit es unsere begrenzten Ressourcen erlauben.

Als bestehende Einschränkung sehen wir, dass unser Angebot – als im deutschsprachigen Raum tätige Genossenschaft – nur auf deutsch verfügbar ist. Die zweite wesentliche Hürde ist eine finanzielle: Der Mindest-Genossenschaftsbeitrag wurde mit 200,- € so niedrig wie möglich gewählt. So steht der Administrations-Aufwand noch in einem wirtschaftlich vertretbaren Verhältnis zur Kapitalaufnahme. Für Menschen, die sich diesen Betrag nicht leisten können, besteht die Möglichkeit, durch ehrenamtliche Arbeit einen Beitrag zum Fortschritt der Genossenschaft zu leisten. So können diese Personen ihre Zeit und ihr Wissen statt Geld einbringen.

Da nicht alle Menschen web- und online-affin sind und die Website nicht gänzlich barrierefrei ist, wurde die Möglichkeit geschaffen, in Papierform zu zeichnen (bei Veranstaltungen vor Ort, in unseren Genossenschafts-Büros, etc.).

Als weitere Maßnahme, unser Angebot allen Menschen zugänglich zu machen, bietet die Akademie für Gemeinwohl seit ihrem Start Anfang 2015 ein begrenztes Kontingent an Gratis-Plätzen für Interessierte an, die sich die Beiträge nicht leisten können.

Seit 2016 gibt es den Ausblick auf ein Sozial-Konto im Rahmen des Gemeinwohl-Kontos.

Als Wiener Bürostandort wurde ein barrierefreies Gebäude gewählt. In den Regionalbüros, die nicht barrierefrei sind, werden bei Bedarf individuelle Termine außer Haus angeboten.

Budgetübersicht für Marketing, Verkauf und Werbung

2015 gab es keine Ausgaben für klassische Werbemaßnahmen. Im Jahr 2016 wurden rund 37.000,- Euro für klassische Werbemaßnahmen ausgegeben, wobei sich diese in folgende Bereiche aufteilte:

- > 7% Visitenkarten für Genossenschafter*innen
- > 10% diverses
- > 17% Printanzeigen in Spezial-Interest-Medien (BioRama, Falter, ...)
- > 19% Infoscreen Landeshauptstädte
- > 22% Online-Werbung regional (Online-Banner in Tageszeitungen und Magazinen)
- > 25% Direct Mail an Genossenschafter*innen

Bezahlung und Umsatzvorgaben im Vertrieb

Im Vertrieb unserer Produkte gibt es ausschließlich fixe Bezahlung. Von vertriebs- getriebenen Provisionen oder ähnlichem sehen wir ganz bewusst ab. Weder gab es sie noch sind sie geplant. In den Regionen gibt es seit 2017 ein „mitwachsendes“ Budget zwecks effizienter Allokation. Interne Umsatzvorgaben gibt es keine.

Anteil benachteiligter Kund*innen

Im Kreise der Genossenschafter*innen gibt es mehrere Menschen mit Beeinträchtigungen, aber ein Prozentsatz ist unmöglich eruierbar – und im Sinne einer Gleichbehandlung auch nicht erwünscht.

Die Genossenschaft für Gemeinwohl hat Transparenz, Mitbestimmung und Nachhaltigkeit nicht nur in der Vision verankert, sondern lebt diese Werte von Beginn ihres Bestehens. So beschäftigen wir uns nicht nur mit den Bedürfnissen der Genossenschafter*innen, sondern binden diese auch laufend aktiv in Gestaltungs- und Entscheidungsprozesse ein. Bei der Ansprache neuer Mitglieder achten wir darauf, dass auch benachteiligte Menschen Zugang haben und agieren ohne Verkaufsdruck und mit transparenter Information nach dem Motto „Wir gehen nur durch offene Türen“. Wertschätzende Kommunikation auf Augenhöhe ist uns ein Selbstverständnis.

D1 Ethische Kundenbeziehung – Fortsetzung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Beginn des Kapital-Sammeln in 4 Stufen im Frühjahr 2015:

1. „Inner Circle“ (Vorstand, Aufsichtsrat, Ko-Kreis) & Groß-Genossenschafter*innen („Die 149“ – Menschen, die in einer Umfrage angegeben hatten, überdurchschnittlich hohe Beträge zeichnen zu wollen)
2. Mitglieder „Verein zur Förderung und Gründung einer Demokratischen Bank“ (ca. 600 Personen)
3. Newsletter-Empfänger*innen (damals ca. 13.000 Menschen)
4. Öffentlichkeit in Österreich

Genossenschaftskapital 2015: Anstieg von 7.400 € auf 1.908.500 €

Genossenschaftskapital 2016: Anstieg von 1.908.500 € auf 3.290.100 €

- > Newsletter-Community Ende 2016: 13.481 Personen
- > FB-Community: 12.674 „Follower“
- > Erweiterung des Kommunikations- & Marketingteams
- > Service: Telefon-Hotline, Zeichnen im Büro, Öffnungszeiten, Rückrufservice
- > Laufende Kommunikation mit Genossenschafter*innen
- > Umfrage mit fast 900 Rückmeldungen zu Bankplanung, Werten und Akademie
- > Umfrage mit 1.200 Rückmeldungen zur Dachmarken-Strategie
- > Relaunch Kampagne mit Werbeagentur Unique (pro bono) und Gratis-Schaltungen
- > Fokus auf Mitglieder der Genossenschaft und das Gemeinwohl → über 20 Videos (mit Untertiteln für Gehörlose)
- > Neue Webseite mit vereinfachtem Anteilszeichnungs-Prozess
- > Eröffnung von 4 Regionalbüros (Innsbruck, Villach, Weiz, Graz)
- > 17 Regionalgruppen
- > Info-Veranstaltungen mit Raum für detaillierte Auseinandersetzung
- > Konzept „Genossenschafter*innen werben Genossenschafter*innen“

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Es ist kein Geheimnis, dass die Zahlen beim Sammeln des Genossenschafts-Kapitals der diesbezüglichen Planung von Start weg hinterherhinken. Ziel ist daher immer gewesen, diese Zahlen zu verbessern.

Um die Kundenbeziehung mit unseren Genossenschafter*innen und Interessent*innen zu verbessern, ist der laufende Ausbau der Regionalgruppen geplant. Regionale und themenspezifische Newsletter (Akademie, Crowdfunding, Presse) werden 2017 umgesetzt.

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Die Genossenschaft für Gemeinwohl zeichnet sich seit ihrer Gründung (Dezember 2014) durch Werte wie Fairness, Transparenz, Nachhaltigkeit und Partizipation aus. Sowohl Vision als auch Satzung sind auf ein kooperatives Verhalten ausgelegt und daher ist auszuschließen, dass wir unethische Werbemaßnahmen auch nur andenken.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Im Aufbau unserer Kommunikations-Maßnahmen haben wir uns an unsere Werte gehalten, die in der Vision verankert sind.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

Kooperation ist einer der essentiellen Werte der Genossenschaft für Gemeinwohl. Seit ihrem Bestehen sitzen Bankvorstände im Aufsichtsrat, einige Banken sind auch Genossenschafts-Mitglieder. Größte Teilhaberin ist etwa die deutsche GLS Bank, die mit dem Maximal-Betrag von 100.000 € eingestiegen ist (und ab 2018 Partnerin beim Gemeinwohl-Konto sein soll).

Darüber hinaus ist das gesammelte Genossenschafts-Kapital ausschließlich bei kleinen Regionalbanken „geparkt“, die Genossenschafter*innen sind.

In der Kommunikation legen wir Wert darauf, nicht gegen andere Banken zu „wettern“, sondern Alternativen im Finanzsystem aufzuzeigen und möglichst objektiv zu informieren – auch im Rahmen unserer Akademie für Gemeinwohl.

Solidarität mit Mitbewerber*innen und anderen Unternehmungen

Unterstützung finanzieller Natur für andere Unternehmen in Notsituationen ist uns (noch) nicht möglich. Zentral ist immer der sorgsame Umgang mit dem Kapital, das unsere Mitglieder in die Genossenschaft eingebracht haben.

Dennoch bemühen wir uns, Initiativen und Vereine mit uns ähnlichen Werten und Zielen durch „Werbung“ in unseren Kanälen zu unterstützen (z.B. via Facebook, Newsletter, Website). Bestes Beispiel ist das Magazin „Südwind“, das vor dem finanziellen Ausstand und um Solidar-Abos warb. Auch andere, unsere so genannten Netzwerk-Partner*innen (wie Weltläden, Gemeinwohlökonomie, Attac), unterstützen wir immer wieder durch Verbreitung ihrer Inhalte.

Im Gegenzug machen diese dasselbe gern für uns. Basis unserer Netzwerk-Arbeit ist ein dreistufiges Kooperations-Konzept, das je nach Intensität der Zusammenarbeit gestaffelt ist (Beispiele: Mutmacherei, EZA, Attac, SOL, Gemeinwohlökonomie, Dreikönigsaktion, Ökostrom, respekt.net, energie reparatur café, Wege zur Fülle).

Darüber hinaus stellen wir unsere Räume befreundeten Organisationen kostenlos zur Verfügung (Gemeinwohlökonomie, Permakultur). Auch haben wir die OpenSource Software CiviCRM um ein Banken-Plug-in erweitert und der Community wieder zur Verfügung gestellt.

Aktuelle Auswertungen zeigen, dass rund 10% der neuen Genossenschafter*innen durch Kooperationen von uns erfahren haben.

Indikatoren

Ein Großteil der im Arbeitsbuch angegebenen Indikatoren zu diesem Thema ist nicht bezifferbar bzw. noch nicht erfassbar, da noch keine entsprechenden Produkte oder Dienstleistungen vorhanden sind. Dennoch wollen wir auf die eingehen, wo wir bereits etwas wissen:

Wie erwähnt kooperieren wir mit zahlreichen zivilgesellschaftlichen Initiativen, um die ökologischen, sozialen und qualitativen Branchenstandards zu erhöhen. Dazu konnten wir – selbst noch im Aufbau befindlich – keine Arbeitskräfte an Kooperations-Partner*innen entsenden. Wenn sich Menschen an uns wenden, die ethische Bank-Produkte und Dienstleistungen benötigen, stellen wir den Kontakt zu Partner*innen wie der GLS Bank gerne her. Eigene Finanzmittel weiterzugeben widerspricht jedenfalls unserer Satzung im Sinne der Genossenschafter*innen.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen – Fortsetzung

Kooperation statt Konkurrenz ist eine verinnerlichte Haltung der Genossenschaft. So pflegen wir nicht nur Partnerschaften mit Unternehmungen aus anderen Bereichen, sondern sind auch in solidarischem Austausch mit Mitunternehmen im Sinne unserer zukünftigen Aktivitäten als Finanzdienstleisterin. Dies lässt sich insbesondere daran erkennen, dass Vorstände anderer Banken Teil unseres Aufsichtsrats sind und auch einige Banken Mitglieder der Genossenschaft sind.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

2015/2016 konnte kein direkter Beitrag zur Verbesserung der Branchenstandards (Finanzdienstleister) erreicht werden. Diese Bestrebung ist in der Vision verankert und wird unter anderem durch Vorträge und Podiums-Diskussionen vorangetrieben.

2017 ist die Genossenschaft für Gemeinwohl der FEBEA (Verband der europäischen Ethik- und Alternativbanken – Lobbying auf EU-Ebene) beigetreten. Weiters ist der „Arbeitskreis Politik“ entstanden, um auch gesellschaftspolitisch vermehrt gestaltend eingreifen zu können. Dazu ist die Genossenschaft seit 2017 Klimaaktiv-Partner und integrierte Klimaaktiv Standards in die Gemeinwohl-Prüfung.

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

Marktmacht kann seitens der Genossenschaft für Gemeinwohl noch nicht ausgeübt werden, weil wir noch keine marktrelevanten Produkte anbieten.

Beim Crowdfunding für Gemeinwohl, das seit 2017 Projekte aufnimmt, ist Kooperation ebenfalls ein zentraler Wert – am Anfang mit der Plattform respekt.net. Auch hier kann von Marktmacht bzw. deren Missbrauch keine Rede sein.

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Bei allen Maßnahmen der Genossenschaft für Gemeinwohl legen wir auf größtmögliche Ressourcenschonung Wert. Auch diese Haltung ist in unserer Vision verankert:

3. FAIRER UMGANG MIT MITARBEITER/-INNEN UND PARTNER/-INNEN

Die Bank für Gemeinwohl geht achtsam mit allen Menschen und Ressourcen wie Zeit, Energie und Geld um.

In der konkreten Umsetzung verwenden wir nur wenige gedruckte Werbemittel. Diese werden möglichst bis zum letzten Stück verteilt. Neben unseren regionalen Veranstaltungen fokussieren wir auf Online-Kommunikation mit möglichst geringem Ressourceneinsatz. Unsere Regionalbüros betreiben wir in Kooperation mit regionalen Partner-Betrieben, wodurch nahezu keine Ressourcen für Umbau, Gestaltung oder Ähnliches anfallen. Für einen zukünftigen Bankbetrieb ist der Einsatz von regionalen Berater*innen geplant – und keine eigenen ressourcenintensiven Filialen.

Auch die Akademie für Gemeinwohl widmet sich inhaltlich der Bewusstseinsbildung hinsichtlich nachhaltigem und ökologischem Handeln. So veranstalteten wir z.B. Workshops zu den Themen „Nachhaltige Geldanlage“ und „Was macht die Bank mit meinem Geld“.

Beschaffungsleitfaden - die ökologische Richtschnur

Die Genossenschaft für Gemeinwohl hat einen eigenen Beschaffungsleitfaden, der Kosten und Ressourcen möglichst effizient gegeneinander aufwiegt. So setzen wir beispielsweise beim Drucken von Werbemitteln ausschließlich auf öko-zertifizierte Druckereien.

Die Gemeinwohl-Prüfung berücksichtigt ökologische Aspekte in den Punkten ‚Minimierung ökologischer Auswirkungen‘ und ‚Förderung ökologischen Verhaltens der Mitarbeiter*innen‘. Wobei bei ersterem Kriterium Bezug auf die Auswirkungen des Projekts eingegangen wird und im zweiten Punkt das Verhalten der Mitarbeiter*innen eine Rolle spielt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir regen unsere Kund*innen insbesondere konkret durch die Gemeinwohl-Prüfung dazu an, ihre Unternehmungen ökologisch und gemeinwohl-orientierter auszurichten. Darüber hinaus werden wir Bewusstseinsbildung durch Netzwerkkooperationen und Veranstaltungen der Akademie für Gemeinwohl weiterhin fördern.

Die Kernaktivitäten der Genossenschaft haben tendenziell geringe Relevanz hinsichtlich des ökologischen Fußabdrucks, weshalb wir diesen Bereich der Gemeinwohl-Bilanz geringer gewichten. Dennoch setzen wir auch in diesem Bereich bewusste Schritte. Der ressourcenschonende Einsatz von Werbemitteln und der Beschaffungsleitfaden sind Ausdruck unseres Selbstverständnisses. Auch die Beiträge unserer Netzwerkpartner*innen und der Akademie für Gemeinwohl dienen der Bewusstseinsbildung unter unseren „Konsument*innen“.

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Ein bewusstes Inkaufnehmen unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen wird von der Genossenschaft für Gemeinwohl kategorisch ausgeschlossen.

Die Kernaktivitäten der Genossenschaft haben tendenziell wenig Relevanz hinsichtlich des ökologischen Fußabdrucks, weshalb wir diesen Bereich der Gemeinwohl-Bilanz geringer gewichten. Dennoch setzen wir auch in diesem Bereich bewusste Schritte. Der ressourcenschonende Einsatz von Werbemitteln und der Beschaffungsleitfaden sind Ausdruck unseres Selbstverständnisses. Auch die Beiträge unserer Netzwerkpartner*innen und der Akademie für Gemeinwohl dienen der Bewusstseinsbildung unter unseren „Konsument*innen“.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Mitbestimmung ist der zentrale Wert der Genossenschaft für Gemeinwohl: Alle Grundsatzentscheidungen fallen ausschließlich auf Generalversammlungen und zwar mit Kopfstimmrecht und Widerstandsmessung (systemisches Konsensieren bzw. Soziokratie). Dies ist auch in der Satzung der Genossenschaft festgeschrieben, etwa:

§ 4 MITGLIEDER/GENOSSENSCHAFTER/-INNEN

2. Rechte der Mitglieder

(1) Jedes Mitglied hat das Recht,

- 1. an Generalversammlungen sowie an deren Beratungen, Abstimmungen und Wahlen teilzunehmen;*
- 2. gemäß § 5 Abs 3 Z 3 an der Einberufung der außerordentlichen Generalversammlung mitzuwirken;*
- 3. die Einrichtungen der Genossenschaft im Rahmen der gesetzlichen und satzungsgemäßen Bestimmungen zu benützen;*
- 4. vor der Genehmigung des Jahresabschlusses durch die Generalversammlung Einsicht in den Jahresabschluss, den Lagebericht, den Bericht des Aufsichtsrates und den Kurzbericht des Revisors (§ 5 Abs 2 letzter Satz GenRevG) zu nehmen;*
- 5. nach Maßgabe der Satzung und der Beschlüsse der Generalversammlung am Geschäftsgewinn teilzuhaben (§ 11 Abs 1).*

(2) Jedes Mitglied hat in der Generalversammlung eine Stimme, unabhängig von der Anzahl der gezeichneten Geschäftsanteile.

Darüber hinaus gibt es für alle Menschen, die der Genossenschaft „näher kommen“, also z.B. mitarbeiten wollen, so genannte „Onboardings“. Im Rahmen dieser Veranstaltungen werden sie über alle wichtigen Aspekte der Genossenschaft für Gemeinwohl informiert.

Rasche, transparente und möglichst umfassende Information ist ein wichtiger Bestandteil des Serviceteams bzw. in der Kommunikation, etwa über Website, Newsletter und Facebook. Was man nicht auf der Website findet, kann man jederzeit unter unserer Service-Mailadresse info@mitgruenden.at erfragen. Wir leben diesbezüglich völlige Transparenz. Darüber hinaus weisen wir explizit auf mögliche Risiken hin (Nachschusspflicht) und verstecken diese nicht im Kleingedruckten.

Die aktive Einbindung der Genossenschafter*innen ist eine grundsätzliche Haltung der Genossenschaft. Im Zuge des ständigen Dialogs nehmen wir auch gerne Impulse von Genossenschafter*innen und Interessent*innen auf. Diese werden in den entsprechenden Gremien behandelt und bei Bedarf bis in die Generalversammlung getragen.

100% aller Grundsatz-Entscheidungen treffen die Mitglieder der Genossenschaft für Gemeinwohl in Ausübung ihres Mitbestimmungsrechts im Rahmen der Generalversammlungen. Als Vorbereitung für diese Entscheidungen werden sämtliche Informationen vorab zugänglich gemacht.

Aber auch bei weniger grundlegenden Entscheidungen, wie etwa den inhaltlichen Schwerpunkten des Programms der Akademie für Gemeinwohl, werden unsere Genossenschafter*innen mit eingebunden. Das Angebot der Akademie orientiert sich am Wunsch der Genossenschafter*innen und wird in den entsprechenden Gremien entwickelt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Sowohl die verpflichtenden jährlichen als auch 2 außerordentliche Generalversammlungen fanden statt. Darüber hinaus wurden mehrere Umfragen zu verschiedenen Themen – wie im Abschnitt D1 detailliert erläutert – durchgeführt. Um den Zugang auch zu Informationen, die Genossenschafter*innen vorbehalten sind, unkompliziert zu ermöglichen, wurde für diese ein eigener Login-Bereich auf unserer Website eingerichtet (mit Schwerpunkt auf Genossenschaftsregister und den Protokollen der Generalversammlungen).

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Seit Anfang 2017 haben alle Genossenschafter*innen die Möglichkeit, an der Gemeinwohl-Prüfung für zum Crowdfunding eingereichte Projekte teilzunehmen. Dadurch geben sie nicht nur wertvolles Feedback an die Einreicher*innen, sondern werden aktiv an der Auswahl der durch die Genossenschaft veröffentlichten Projekte beteiligt. Die Teilnahme an der Gemeinwohl-Prüfung erfolgt über unsere Crowdfunding-Plattform. Auf dieser besteht die Möglichkeit sich entweder verbal über die Kommentarfunktion zu beteiligen oder mittels einer Skala seine Einschätzung der Gemeinwohlkriterien abzugeben.

Ebenfalls seit 2017 veröffentlichen wir den Transparenzbericht sowie den Revisionsbericht auf unserer Website.

Es besteht der Wunsch, die bereits etablierten Umfragen unter Genossenschafter*innen auch zu institutionalisieren. Zur weiteren Verbesserung der Partizipation an Entscheidungen arbeiten wir bereits an der Umsetzung eines Online-Tools zur ortsunabhängigen Teilnahme an der Generalversammlung.

Mitbestimmung und Transparenz sind zentrale Werte unseres zivilgesellschaftlichen Projekts. Diese werden von Beginn an durch die offene und partizipative Organisationsform der Genossenschaft gelebt. Wir schätzen die vielen und Großteiles ehrenamtlichen Beiträge unserer „Kund*innen“ sehr und laden aktiv ein, an der Gestaltung unserer Genossenschaft teilzuhaben. Von der Mitarbeit in Arbeitskreisen und Regionalgruppen über die Teilnahme an Umfragen bis zur Mitbestimmung in der Generalversammlung sind unsere „Kund*innen“ integraler Bestandteil der Genossenschaft.

GESELLSCHAFTLICHES UMFELD

(Maria Gössler, Peter Zimmerl)

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Für die Genossenschaft wurden in den Berichtsjahren 2015/2016 als Produkte und Dienstleistungen erstens der Genossenschafts-Anteil und zweitens das Bildungsangebot der Akademie identifiziert.

Beide erfüllen zum Teil Grundbedürfnisse, wie etwa Gesundheit, Wohlbefinden, Teilnehmen, kreatives Schaffen, Identität, Sinn, Autonomie. Genossenschafts-Anteil wie auch Bildungsangebot sind definitiv keine Luxusprodukte.

Beide Produkte dienen der Entwicklung der Menschen, Erde/Biosphäre sowie der Lösung gesellschaftlich-ökologischer Probleme, wenn auch nicht unmittelbar, so doch mittelbar über die sozio-ökologische Veränderung durch die angestrebten Finanzdienstleistungen sowie das vermittelte Wissen – und dienen damit dem Gemeinwohl, wie auch den SDGs (Sustainable Development Goals).

Ende 2014 erfolgt die Eintragung der verbandsfreien Genossenschaft ins Firmenbuch. Im Frühjahr 2015 wird dann der Kapitalmarktprospekt fertiggestellt. Er ist die Grundlage für das Sammeln von Genossenschafts-Kapital. Allein aus dem engsten Unterstützer*innen-Kreis des Bankprojektes haben binnen weniger Monate mehr als 1.500 Menschen ein Genossenschafts-Kapital von über 1,5 Mio. € gezeichnet.

Darüber hinaus beauftragen die Genossenschafter*innen, Optionen zu prüfen, noch vor Beantragen der Vollbank-Lizenz mit einer Crowdfunding-Plattform (inklusive Gemeinwohl-Prüfung) und einem Gemeinwohl-Konto operativ zu werden. Die Generalversammlung am 1. Oktober 2016 bestätigt die neue Strategie. Bis Ende 2016 werden rund 4.600 Menschen Mitglied der Genossenschaft und zeichnen Kapital in Höhe von 3,3 Mio. €.

Im Jahr 2015 wurden 7 Bildungsveranstaltungen im Rahmen der Akademie für Gemeinwohl abgehalten, 2016 26 Veranstaltungen. Von den geplanten Einnahmen wurden etwa 20 % erzielt, die Ausgaben waren dementsprechend ebenso unter Plan (16 %). Von den geplanten Teilnehmerzahlen wurden 42 % der Planung erreicht.

Der Genossenschafts-Anteil leistet zwar unmittelbar noch keinen messbaren Beitrag, jedoch ist ein Mehrfachnutzen jedenfalls gegeben. Dies gilt ebenso für die Angebote der Akademie für Gemeinwohl.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Die Genossenschaft bestätigt, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft wurden.



Foto: © Aleksandra Pawloff

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Die Genossenschaft hat in den Berichtsjahren 2015/2016 laut Anhang (steuerliche Verhältnisse) Aufwendungen für gesetzlich vorgeschrieben Sozialabgaben und vom Entgelt abhängige Abgaben sowie Pflichtbeiträge von 67.271,32 € (bzw. 62.378,91 €) geleistet. Die Genossenschaft hat im Jahr 2015 Förderungen vom AMS in Höhe von 14.355,36 € erhalten.

Der Gesamtumsatz im Jahr 2016 betrug 20.833,- €. Der Umsatz setzt sich zusammen aus den Einnahmen des Akademiebetriebs, Spenden sowie den Einnahmen des Vereins, die nach dessen Abwicklung übriggeblieben sind. Es gab sowohl 2015 als auch 2016 einen Verlust. Rund 10 % der Verluste im Berichtszeitraum flossen dabei in Steuern und Sozialabgaben. Damit ergibt sich eine nicht bestimmbare Netto-Abgabenquote.

Neben der gemeinwohl-orientierten Gesamtausrichtung der Genossenschaft gibt es zusätzlich freiwilliges gesellschaftliches Engagement des Unternehmens für andere NGOs. Unter anderem darf die Regionalgruppe Wien der Gemeinwohlökonomie kostenlos die Büroräume der Genossenschaft für ihre monatlichen Sitzungen benutzen. Ebenso erfolgt die Bewerbung befreundeter NGOs über unsere Facebook-Seite und durch das Auflegen von deren Material auf unseren Infoständen. Alle Tätigkeiten der Genossenschaft haben ausschließlich gemeinwohl-orientierten Charakter.

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Das Unternehmen bestätigt, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entzieht.

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Das Unternehmen bestätigt, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und auch keine Lobbying-Aktivitäten betrieben hat.

Die Genossenschaft ist in ihrem Wesen darauf ausgerichtet, ausschließlich Leistungen zu erbringen, die mittelbar (Genossenschafts-Anteil) oder unmittelbar (Bildungsangebot der Akademie und in den kommenden Jahren Crowdfunding und Finanzdienstleistungen) dem Gemeinwohl zu Gute kommen.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Das Büro in Wien wird fast ausschließlich mit Fahrrädern oder öffentlichen Verkehrsmitteln angesteuert. Es gibt keine Dienstautos und keine Firmenparkplätze. Für den Transport von Materialien zu Veranstaltungen werden öffentlichen Verkehrsmittel benutzt, vereinzelt (2-4x/Jahr) werden dazu Autos benötigt.

Unsere Mittagessen bei den 2x jährlich stattfindenden Referent*innen-Trainings werden per Lasten-Fahrrad geliefert. Für allgemeine Botendienste kooperieren wir mit Fahrradkurieren.

Im Berichtszeitraum verwendeten unsere Referent*innen für die An- und Abreise zu Präsentationen, Infoständen oder anderen Auftritten wie z.B. Podiumsdiskussionen private PKWs (10.396 km) und öffentliche Verkehrsmittel (14.616 km). Ermittelt wurden die durchschnittlich gefahrenen Kilometer zum bzw. vom Veranstaltungsort per Auto oder Bahn. Von 24 Referent*innen haben 17 die ausgesandten Listen ausgefüllt retourniert.

Berechnung der gefahrenen Kilometer der Referent*innen	Auto	öffentliche Verkehrsmittel
17 Referent*innen (Details siehe Anhang)	7.272	10.261
7 Referent*innen haben die Anfrage nicht beantwortet. Für die weitere Berechnung wird ein Durchschnittswert (gerundet) pro Kopf ermittelt.	427,76	603,59
13 Referent*innen haben nur jeweils eine Präsentation abgehalten. Sie wurden deshalb nicht befragt. Es wird davon ausgegangen, dass sie in ihrer näheren Umgebung präsentiert haben.	130	130
Hochrechnung auf 24 Referent*innen	10.266	14.486
plus 130 Kilometer geschätzt	130	130
gefahrene Kilometer der Referent*innen – Auto/Öffis	10.396	14.616
Gefahrene Kilometer pro Referent*in	433	609

Ab Jänner bzw. April 2016 gibt es je ein Büro in Salzburg und in Innsbruck. Für die Anreise (und zum Transport z.B. Info-Material) zu Veranstaltungen werden in den Bundesländern Bahn und Auto benutzt.

Die Umstellung auf 100% Ökostrom im Büro der Genossenschaft ab 1.1.2016 bringt eine deutliche Emissionsreduktion. Die Abfälle wurden getrennt entsorgt; z.B. Papier, Glas, Pet oder Metall. Tonerpatronen wurden dem Hersteller zwecks Recycling zurückgeschickt. Wünschenswert wäre auch eine Trennung des Biomülls.

Für unser Umweltkonto ergibt sich folgendes:

Umweltkonten – Erklärung zum stark gestiegenen Stromverbrauch

Anfang 2015 gab es nur 3 angestellte Mitarbeiter*innen; im Laufe des Jahres kamen weitere 5 dazu. Hier gilt es zu berücksichtigen, dass nur ein Teil der Arbeitsstunden im Büro verbracht wurde. Im Jahr 2016 wurden zusätzlich 14 Mitarbeiter*innen angestellt, zum Stichtag 31.12.2016 waren es insgesamt 20 Mitarbeitende.

Darüber hinaus nahm der Arbeitskreis Bankplanung seine Arbeit auf. Mehrere Arbeitsteams trafen sich hauptsächlich abends zu Meetings. Die vermehrte Verwendung von Laptops dürfte dabei einiges zur Erhöhung des Energiebedarfs beigetragen haben:

Verbrauch	2015	2016
Strom Wienenergie	1.204 kWh	
Strom Ökostrom		5.177 kWh - Einsparung von 1.740 kg CO ₂
Heizung: 2014: 1.900 kWh (Annahme, da keine Belege):	130	130
10% mehr/Jahr	2.090 kWh	2.280 kWh
Kopier-Papier A4	9.500 Blatt = 47,4 kg	25.500 Blatt = 127,2 kg
Kopier-Papier A3	500 Blatt = 4,9 kg	500 Blatt = 4,9 kg
Toner – SW	460 g	920 g
Toner – Farbe	1068 g	2.136 g

Durch den Druck von Werbemitteln wurden insgesamt 8.339 kg CO₂ verbraucht.

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastung

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es die Umwelt nicht unangemessen belastet hat.

Es gibt noch Verbesserungsbedarf bei der Erhebung der Umweltkonten, erste Optimierungsstrategien sind angedacht.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Mitentscheidung ist durch die Mitarbeit als Aktive*r grundsätzlich für jede*n möglich. Wir sind eine zivilgesellschaftliche Initiative, weshalb jede*r mitreden darf, wenn sie/er unsere Vision bei der Umsetzung unterstützen will.

Wo	Wer	Wie
In einer Regionalgruppe	alle, kritische Bürger*innen, Interessierte an diesem zivilgesellschaftlichem Projekt	
In einem Arbeitskreis	jede*r kann - nach einer konsensierten Aufnahme durch die Mitglieder - in einem Arbeitskreis ehrenamtlich mitarbeiten	
Koordinationskreis	Koordinator*innen und Deligierte der Arbeitskreise gemeinsam mit Vorstand	
Generalversammlung	Nur anwesende und vertretene Mitglieder der Genossenschaft können mitentscheiden	
Vorstand	Nur Mitglieder	Mitglieder in der GV auf Vorschlag von Aufsichtsrat gewählt
Aufsichtsrat	Nur Mitglieder	Mitglieder in der GV gewählt

Was	Für wen	Wo/Wie
Kapitalmarktprospekt Informationen über: <ul style="list-style-type: none"> → Haftung und Risiko → Veranlagungsbedingungen → Kündigung → Organe der GF → Wirtschaftlichkeitsprognose → Satzung → Jahresabschluss 	öffentlich	Auf der Webseite, im Büro gedruckt
Genossenschafts-Register Jede*r Interessierte kann Name und Wohnort der Mitglieder einsehen.	Für jede*n zugänglich	Im Büro
Protokolle Generalversammlungen	Genossenschafter*innen	Per Mail oder Post
Protokolle der Arbeitskreise (AK) und Regionalgruppen (RG)	Projektaktive	Teamlab
Protokolle des Leitungskreises	Projektaktive	Teamlab
Genossenschafts-Register	Genossenschafter*innen	Im Login-Bereich für Genossenschafts-Mitglieder (Website)

Seit 2017 gibt es einen Transparenzbericht auf der Webseite, der für alle frei zugänglich ist. Die Mitbestimmungsrechte für Berührungsgruppen sind durch das genossenschaftliche Modell gewährleistet – zur Beteiligung und damit Mitbestimmung (mit Kopfstimmrecht) wird eingeladen.

Darüber hinaus ist das Recht auf Mitbestimmung in den Organisationsprinzipien der Genossenschaft verankert. Man kann – auch ohne Mitglied der Genossenschaft zu sein – durch (kontinuierliche) Teilnahme bzw. Mitarbeit in den Arbeitskreisen mitbestimmen.

Da das Genossenschafts-Büro in Wien ein Gassenlokal ist, konnten Anrainer*innen stets ins Büro kommen, wenn jemand anwesend war. Von dieser Möglichkeit haben immer wieder Interessierte Gebrauch gemacht. Seit 7.4.2016 gibt es reguläre Öffnungszeiten, die auch öffentlich (Plakate, Internet, Presse) kommuniziert wurden.

Da die Genossenschaft von Beginn an transparent agiert, war die praktische Umsetzung schon vor dem Berichtszeitraum ein Thema: Im Kapitalmarktprospekt (alle Infos weiter oben) werden die wichtigsten Informationen offengelegt. Das Prospekt sowie beide Nachträge stehen auf der Webseite als Download zur Verfügung bzw. liegen im Büro gedruckt auf.

- > Über wichtige Schritte der Genossenschaft wird auf der Webseite bzw. durch das regelmäßige Versenden eines Newsletters laufend berichtet.
- > Anlassbezogen finden Pressekonferenzen statt.

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformationen

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es keine Falschmeldungen über das Unternehmen beziehungsweise über gesellschaftliche Phänomene verbreitet.

FAZIT

Ausblick

Da es sich um den ersten Gemeinwohl-Bericht handelt, den die Genossenschaft für Gemeinwohl erstellt hat, haben wir einen umfassenden Lernprozess durchlaufen. Die Erkenntnisse daraus möchten wir für die Arbeit an den künftigen Berichten nutzen. Wir haben beispielsweise Verbesserungspotential in der Erfassung der Daten erkannt – insbesondere in Bezug auf Umweltkonten. Die Lieferant*innen werden meist nach eigenem Ermessen ausgewählt und der Wert „Solidarität und Gerechtigkeit“ kommt dabei etwas zu kurz.

Deshalb soll unser Beschaffungsleitfaden, der Ende 2016 eingeführt wurde, um diesen Wert erweitert werden und weiter in der Genossenschaft etabliert werden. Eine Verbesserung des Wertes „Mittentscheidung“ wäre, dass beim Verfassen der nächsten Gemeinwohl-Bilanz alle aus dem Unternehmen gefragt werden, ob sie sich daran beteiligen möchten.

Bei der Erstellung unseres Gemeinwohl-Berichts wurde das Bewusstsein der Mitarbeitenden für die Werte der Gemeinwohlökonomie gestärkt und ein tieferer Einblick in die Thematik der jeweiligen Berührungsgruppen gewonnen. Diese geschärfte Perspektive möchten wir (zumindest im Hinterkopf) behalten, wenn wir uns neuen Herausforderungen im Geschäftsalltag stellen.

Im Zuge der nächsten außerordentlichen Generalversammlung wird unser Bericht das erste Mal unseren Genossenschafter*innen präsentiert.

Entstehungsprozess

Nachdem die Genossenschaft zwei Jahre Bestand hatte, war es für uns an der Zeit, das „Gemeinwohl“ in unserem Namen im Verständnis der Gemeinwohlökonomie zu betrachten und uns anzusehen, wo wir in Bezug auf diese stehen. Die beteiligten Mitarbeitenden wurden durch den Vorstand ausgewählt und in Zweier-Teams nach ihren Kenntnissen auf die entsprechenden Berührungsgruppen aufgeteilt.

Der Prozess ist mit einer Kickoff-Veranstaltung gestartet, an dem alle Beteiligten einen ersten Eindruck bekommen haben, worum es bei der Gemeinwohlmatrix geht. Im weiteren Verlauf gab es mit den Berater*innen Einzeltreffen zu den jeweiligen Berührungsgruppen, in denen tiefer auf die Anforderungen eingegangen wurde.

Es folgte eine Ausarbeitungsphase in den Zweier-Teams und Unterstützungsgespräche mit den Berater*innen. Abschließend fand ein weiterer Workshop für alle gemeinsam statt, an dem gemeinsam die Bewertung der einzelnen Indikatoren durchgeführt und darüber reflektiert wurde.

An der Erstellung haben mitgewirkt: Anna Erber, Bernhard Wieser, Carolin Wallitzky, Fritz Fessler, Gabriele Hornig, Gabriel Zirm, Judith Pühringer, Maria Gössler, Patrick Zaunfuchs, Peter Zimmerl, Theresa Sarreiter, Theresa Schönhofer, Thomas Reichmann.

Gut betreut wurden wir von Anja Haider-Wallner, Ursula Spannberger und Manfred Kofranek, mit Unterstützung der beiden in Ausbildung stehenden Berater Ulrich Röhrle und Benjamin Henle.

ANHÄNGE

ANHÄNGE

Anhang Leitfaden Beschaffungsprozess



LEITFADEN BESCHAFFUNGSPROZESS

STAND: SEPTEMBER 2016

ZIEL

Ziel ist die Entwicklung einer Richtlinie bzw. eines Leitfadens für effiziente, ökologische und soziale Beschaffungsprozesse in der BfG Genossenschaft. Die Beschaffungsprozesse sollten deren Werte und Grundsätze widerspiegeln und zumindest folgende Aspekte abdecken:

- Transparenz
- Ressourceneffizienz – bei jedem Beschaffungsprozess sollte am Anfang die Frage stehen: Was ist wirklich nötig? Was brauchen wir *wirklich* und in welcher Quantität?
- Gemeinwohlorientierung – ökologisch verträglich/regional/saisonal und sozial/fair
- ökonomische bzw. wirtschaftliche Tragfähigkeit
- hohe Qualität

SCHRITTE ZUM BESCHAFFUNGSPROZESS

Am Beginn der Erarbeitung des Beschaffungsprozesses, standen folgende Überlegungen:

- Steht die soziale und ökologische Nachhaltigkeit der beschafften Produkte und Dienstleistungen immer prioritär über ökonomischen Überlegungen? Oder soll ggf. ein abgestuftes Modell angewendet werden? (z. B. jetzt Produkte kaufen, die vor allem günstig sind und später z. B. sobald die Genossenschaft/die Bank eine gewisse finanzielle Sicherheit erreicht hat, nachhaltige Aspekte wieder vorreihen?) Dabei wäre wichtig, dass diese „Wendepunkte“ genau definiert werden.
- Wie soll die Priorisierung der sozialen und ökologischen Kriterien erfolgen? Sind für uns ökologische Kriterien wichtiger/unwichtiger als soziale? Oder stehen beide auf einer Ebene?
- Woran wollen wir uns bei der Beschaffung orientieren? An Labeln (z. B. weniger als Fairtrade kommt für uns nicht in Frage)? Oder an bestehenden Kriterienkatalogen (z. B. Ökokauf Wien)? Oder an Lieferanten (z. B. Erstellung einer Lieferant/-innen-Liste)? Bei letzter Option stellt sich das Problem der Transparenz: Warum wählen wir gerade diese/-n Lieferant/-in aus? Eine weitere Möglichkeit wäre, eigene Kriterien zu entwerfen. Dies wäre allerdings die aufwendigste Variante und eröffnet zahlreiche weitere Fragen wie z. B.: Werden identische Kriterien für alle Produktgruppen entwickelt? Oder produktgruppenspezifische Kriterien? etc. etc.

ANHÄNGE

Anhang Leitfaden Beschaffungsprozess



PROJEKT
BANK FÜR
GEMEINWOHL

Auf Basis der Grundsatzfragen wurden verschiedene Umsetzungsvarianten erarbeitet:

Variante 1: „Billigstbieterprinzip“

Wir entscheiden (bis zu einer stabilen finanziellen Lage der Bank) bei der Beschaffung nur nach ökonomischen Kriterien.

Vorteil: sehr einfach und schnell (Billigstbieterprinzip)

Nachteil: eigentlich nicht tragbar, weil absolut keine Kongruenz mit der Projektphilosophie

Variante 2: „Mischvariante“

Wir entscheiden hauptsächlich nach ökonomischen Kriterien, versuchen aber bei bestimmten Produktgruppen auf Nachhaltigkeit zu achten (z. B. Papiereinkauf nur mit FSC („Labellösung“) oder Papiereinkauf nur bei Gugler („Lieferantenlösung“)).

Vorteil: kostenschonend bei gleichzeitiger partieller Berücksichtigung der Nachhaltigkeit; könnte eine Übergangslösung sein

Nachteil: kann unübersichtlich werden, muss daher gut aufgesetzt sein; langfristig keine Lösung, weil nicht wirklich begründbar, warum manche Dinge nachhaltig beschafft werden und andere nicht

Variante 3: „Bestbieterprinzip“

Wir berücksichtigen bei der Beschaffung soziale, ökonomische und ökologische Kriterien gleichermaßen.

Vorteil: sehr kongruent mit der Projektphilosophie; langfristig wahrscheinlich einzig authentische Lösung

Nachteil: rein wirtschaftlich gesehen entstehen höhere Kosten; Beschaffungsprozess wird aufwendiger als beim reinen Billigstbieterprinzip

Variante 3 - Untervarianten (Label / Kriterienkataloge / Lieferanten)

Aus Variante 3 ergeben sich mehrere Untervarianten

3.1 Orientierung an Labeln (z. B. Fairtrade, FSC, Demeter, GOTS, Energy Star u.v.m.)

3.2 Orientierung an Kriterienkatalogen (z. B. Ökokauf Wien)

3.3. Orientierung an Lieferanten (z. B. Gugler, Sonnentor etc.)

Conclusio:

Im AK Kampagne wurde festgestellt, dass zum jetzigen Zeitpunkt (Frühling 2016) nur die Variante 2 („Mischvariante“) realistisch ist, da momentan gewisse finanzielle Restriktionen in der Genossenschaft gegeben sind. Ziel sollte langfristig in jedem Fall die Variante 3 („Bestbieterprinzip“) sein. In unserer Kommunikation nach innen und außen sollten wir ebenfalls der Variante 2 folgen und uns nicht als vollständig nachhaltige Beschaffer darstellen, während wir aber aus budgetären Gründen durchaus auch immer wieder auf rein ökonomischer Basis entscheiden müssen. Betont werden sollte aber, dass wir in jedem Falls immer versuchen, beim Einkauf auf Nachhaltigkeit zu achten, soweit uns das finanziell möglich ist.

ANHÄNGE

Anhang Leitfaden Beschaffungsprozess



Im AK Kampagne wurde zudem beschlossen, dass ein Leitfaden in Sachen Beschaffung entwickelt wird, der im Ko-Kreis konsentiert und an alle Aktiven und auch an die Regionalgruppen ausschickt wird.

Am 27.9.2016 wurde dieser Leitfaden im Ko-Kreis konsentiert.

Noch zu klären ist die Rolle der Einkaufsgruppe, bei der das Projekt Bank für Gemeinwohl zur Zeit Mitglied ist.

LEITFADEN BESCHAFFUNGSPROZESS

Der hier skizzierte Leitfaden nimmt auf die momentane ökonomische Situation des Projekts Rücksicht, ist aber in puncto eines „Upgrades“ in Richtung mehr Nachhaltigkeit erweiterbar. Sprich: In der Beschaffung soll in der jetzigen Situation ein gutes Verhältnis von ökonomischer Rationalität und ökologisch / sozialen / gemeinwohlorientierten Werten gefunden werden. Darum wurde bei der Entwicklung des Leitfadens eine Herangehensweise gewählt, die den beschaffenden Personen eine gewisse Autonomie lässt, ihnen aber gleichzeitig eine Entscheidungshilfe an die Hand gibt. Dementsprechend besteht der Leitfaden aus insgesamt 6 Orientierungsfragen.

Für alle Beschaffungsprozesse im Projekt können folgende Orientierungsfragen gelten:

Produkt/Dienstleistung XY wird benötigt und soll gekauft werden. Bei der Entscheidung, was, wo, wie gekauft werden soll, können folgende Fragen hilfreich sein:

1. Brauchen wir dieses Produkt wirklich? Was für Alternativen gäben es? (z. B. gebraucht kaufen)
2. Das Produkt/die Dienstleistung soll (neu) gekauft werden: Wieviel brauchen wir davon? Kommen wir eventuell auch mit weniger aus?
3. Wo kaufen wir das Produkt/die Dienstleistung? → Regionalität wird immer bevorzugt. Je lokaler der Produzent/der Anbieter, desto besser. Außerdem sollte auf Lieferanten gesetzt werden, mit denen in der Vergangenheit schon gute Erfahrungen gemacht wurden. Hier wichtig: kritikfähig bleiben!
4. Welches Produkt kaufen wir? → Bevorzugt werden Produkte mit folgenden Attributen: bio / fair gehandelt / saisonal / energiesparend / ressourcenschonend. Das gilt von Lebensmitteln bis hin zu Elektronikgeräten.
5. Wenn für die Punkte 3 und 4 mehrere Möglichkeiten vorliegen, wird das günstigste Angebot daraus gewählt. Empfohlen wird auch, sich mit verschiedenen Labeln und deren Bedeutung auseinanderzusetzen, sodass besser entschieden werden kann, welche Produkte welche ökologischen und sozialen Auswirkungen haben. Hierzu finden sich hilfreiche Informationen beispielsweise unter bewusstkaufen.at
6. Dokumentation: Idealerweise wird dokumentiert, was, wo, in welcher Menge von welchem Lieferanten beschafft wurde. Auf dieser Basis können dann nachfolgende Beschaffungsentscheidungen einfacher und schneller getroffen werden. Darüberhinaus eröffnet sich die Möglichkeit (bei einer künftigen finanziell sichereren Lage der Genossenschaft / der Bank) auf Basis dieser Dokumentation ein detaillierteres und noch stärker auf Nachhaltigkeit ausgerichtetes Beschaffungs-Konzept zu erarbeiten.

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Gugler



Hintergrund:

Wie würde eine Ökonomie aussehen, in der nicht das Geld, sondern das Gemeinwohl zum obersten Ziel des Wirtschaftens wird?

Die Gemeinwohl-Ökonomie ist der Modellentwurf einer ethischen Wirtschaftsordnung, die für alle Menschen die gleichen Rechte, Freiheiten und Chancen vorsieht. Sie überwindet das Grundproblem der gegenwärtigen Wirtschaftsordnung - die Verwechslung von Ziel (Gemeinwohl) und Mittel (Geld). Der neue Fokus richtet sich auf die Mehrung des Gemeinwohls anstatt auf die Mehrung des Kapitals.

Unternehmerische Energie wird über die Gemeinwohl-Bilanz auf jene Grundwerte der Gesellschaft gelenkt, die auch im privaten Bereich angestrebt werden. Anstelle von Konkurrenzdenken und Profitmaximierung werden Kooperation und die Mehrung des Gemeinwohls zum Maßstab unternehmerischen Erfolgs.

Unser Anliegen:

Wir stellen uns dem Prozess der Erstellung einer Gemeinwohl-Bilanz. Da wir nicht isoliert wirtschaften, ist auch die Auswahl unserer Lieferant*innen ein wichtiger Indikator für unsere Wirkung auf das Wohl der Gesellschaft. Wir bitten Sie daher, die nachfolgenden Fragen zu den Berührungsgruppen¹ zu beantworten.

* so genannte **Berührungsgruppen** der GWÖmatrix sind:

- A. Lieferant*innen
- B. Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen
- C. Mitarbeitende (bei EPU's auch Eigentümer*in)
- D. Kund*innen und Mitunternehmen
- E. Gesellschaftliches Umfeld

Weitere Informationen zur Gemeinwohlökonomie finden Sie auch unter www.ecogood.org

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Gugler

MENSCHENWÜRDE in der Zulieferkette

- Auf welche Aspekte der Menschenwürde achten Sie in Ihrem Unternehmen?
- Inwiefern fordern und fördern Sie diese bei der Auswahl Ihrer Lieferant*innen, um menschenwürdige Bedingungen in Ihrer eigenen Zulieferkette zu garantieren?

Da wir auch unseren zukünftigen Generationen einen Planeten mit hoher Lebensqualität bieten wollen, versuchen wir bei unserem Unternehmerischen handeln, bewusst nachhaltige Entscheidungen zu treffen.

Auch bei der Wahl unserer Lieferanten achten wir darauf, dass sie unsere hohen Ansprüche & Anforderungen gerecht werden.

Die Arbeitsplätze unserer Mitarbeiter werden kontinuierlich auf Arbeitssicherheit & Ergonomie optimiert.

Es gibt unterschiedliche Arbeitszeitmodelle im Unternehmen, damit die Flexibilität der Mitarbeiter nicht eingeschränkt wird.

In der Produktion wird im Schicht- und Teilzeitbetrieb (Aushilfen), im Bürobereich im Gleitzeit- und in Teilzeitbetrieb gearbeitet. Die Gleitende Arbeitszeit bietet den Dienstnehmern die Möglichkeit, innerhalb einer festgelegten Kernarbeitszeit, Beginn und Ende der persönlichen täglichen Arbeitszeit selbst zu bestimmen. Teilzeitmodelle sowie Homeoffice, werden von einigen Mitarbeitern in unterschiedlichen Ausmaßen in Anspruch genommen und werden auch gerne von Wiedereinsteigerinnen nach der Karenzzeit genutzt.

Beim Einkauf unserer Lebensmittel, achten wir auf regionalen und biologischen Anbau.

Werden dennoch Produkte importiert, (z.B. Bananen) achten wir zusätzlich auf Fair Trade Zertifizierungen.

Wir beziehen zu 95% FSC oder PEFC Zertifiziertes Papier. Dadurch garantieren wir einen verantwortungsvollen und nachhaltigen Umgang mit wertvollen Rohstoffen.

Bei Farben, Hilfs- und Bedarfsstoffen achten wir nicht nur auf natürliche Rohstoffe, sondern auch darauf, dass sie am Ende des Produktlebenszyklus problemlos in den Rohstoffkreislauf rückgeführt werden können. Dadurch entsteht kein Abfall, sondern neue Nährstoffe.

Beim Einkauf setzen wir den Fokus auf die Umweltverträglichkeit der Produktkomponenten, der Preis spielt dabei nur eine untergeordnete Rolle.

Um klimaneutral produzieren zu können, unterstützen wir global agierende Umweltorganisationen, mit deren Hilfe können wir den CO₂ Ausstoß welche bei der Produktion entsteht, kompensieren.

Hinweise:

Aspekte der Menschenwürde können sein:

- physische und psychische Gesundheit förderndes Umfeld (Arbeitsplatzsicherheit, Aus- / Weiterbildung, Wertschätzende Kultur, Erreichbarkeit des Arbeitsumfanges, Gute Work-Life Balance)
- gute Work-Life Balance (Arbeitszeit, Flexibilität)
- Förderung der Gleichberechtigung

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Gugler

SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT in der Zulieferkette

- Wie sorgen Sie für faire Geschäftsbeziehungen, insbesondere für faire Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Lieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Solidarität und Gerechtigkeit (z.B. Nichteinhaltung von Living Wages)?
- Wie leben Sie Solidarität und Gerechtigkeit gegenüber Ihren Berührungsgruppen?

Für die Umsetzung von fairen Liefer- und Zahlungsbedingungen, setzen wir auf die Unterstützung von Zertifizierungsstellen, NGO's und vor allem auf Transparenz. Bei unseren Lieferanten setzen wir auf langfristige Partnerschaft und einen vertrauensvollen Umgang miteinander. Sollte die Qualität eines Lieferanten einmal nicht zufriedenstellend sein, so versuchen wir im gemeinsamen Gespräch, Lösungen zu finden.

Unsere Kunden sehen wir als gleichwertigen Partner und kommunizieren auf Augenhöhe.

Um noch stärker die Kundensicht in den gesamten Prozess zu integrieren, wird an der Institutionalisierung von Kundenmitbestimmung und Reklamationswesen gearbeitet. Wobei gugler* schon jetzt einen sehr engen Kontakt mit allen Kunden pflegt.

Durch die offene Berichterstattung im gugler*-Nachhaltigkeitsbericht und in der Umwelterklärung werden alle Interessierten (darunter auch Mitbewerber) über Kennzahlen, Ziele, Daten und Fakten informiert. Schon mit dem ersten Nachhaltigkeitsbericht 2008 hat gugler* – für die Branche ein einmaliger Schritt – einen intensiven Blick in das Unternehmen zugelassen, auch mit dem Verständnis, dass Transparenz einen zentralen Schritt für mehr Kooperation zwischen Unternehmen darstellt.

Hinweise

Aspekte von Solidarität und Gerechtigkeit können sein:

- Faire Zahlungs- und Lieferbedingungen
- Kollegiale Zusammenarbeit mit Mit-Unternehmen, Unterstützung in Notsituationen
- Bedürfnisse von Kund*innen erkennen, keine zusätzlichen Bedürfnisse wecken
- Keine Steuervermeidung
- Freiwillige Beiträge für das Gemeinwesen

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Gugler

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT in der Zulieferkette

- Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrem Unternehmen? Werden in Ihrem Unternehmen erneuerbare Energien, nachhaltige Rohstoffe, Clean-Tech-Technologien und ähnliches eingesetzt? Wird auf gewisse umweltschädliche Produkte/Dienstleistungen explizit verzichtet?
- Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrer Zulieferkette?
- Durch welche Maßnahmen fordern und fördern Sie eine Reduktion ökologischer Auswirkungen bei Ihren Lieferant*innen und in deren gesamten Zulieferkette? Wie unterscheiden Sie sich hierbei von Ihren Mitbewerber*innen?

Der Zellstoff unserer Papiere stammt aus FSC und PEFC Zertifizierten Anbau. Auch die Zusammensetzung unserer Farben und Hilfsstoffe basieren auf pflanzlicher Ursprung, um erdöhlhaltige Produkte bestmöglich vermeiden zu können.

Durch die Produktion von „Cradle to Cradle“ Zertifizierten Produkten, müssen wir bei allen verwendeten Komponenten auf höchste Umweltauflagen achten. Denn bei der Gesamtbewertung wird immer der Wert, der am schlechtesten Abschneidenden Komponente, für das Gesamte Produkt übernommen.

Unsere Produkte überzeugen nicht nur in der Herstellung, auch im Recyclingprozess und der Wiederaufbereitung der Rohstoffe im Form von Altpapier, lassen sich unsere Produkte problemlos & rückstandsfrei von Schadstoffen aufbereiten.

Punkto Mobilität versuchen wir unsere Dienstwagenflotte langfristig auf Elektroautos umzustellen, weitere Dienstreisen werden mit der Bahn zurückgelegt.

„Cradle to Cradle“ sorgt auch für kontinuierliche Verbesserungen bei der Materialauswahl und der Herstellung.

Dieses Herstellungsprinzip findet man auch in unserem neu errichteten Produktionsgebäude wieder. Dabei liegt ein besonderer Schwerpunkt auf der wieder Verwertbarkeit der eingesetzten Materialien. Die Außenfassade des Gebäudes besteht aus alten Aluminiumdruckplatten und die Gebäudedämmung aus Altpapier.

Zusätzlich haben wir unser neues Niedrigenergiegebäude mit einer 142 kW Photovoltaikanlage ausgestattet, um Teile unseres Strombedarfs aus eigener Produktion abdecken zu können.

Auch bestehende Prozesse werden weiter auf ihre ökologischen Auswirkungen optimiert, so haben wir es geschafft, die Belichtung der Druckplatten chemikalienfreie zu gestalten und so die anfallenden Schadstoffe auf ein Minimum zu reduzieren.

Auch Abfälle genießen bei uns einen hohen Stellenwert, um deren Wiederaufbereitung bestmöglich zu unterstützen, werden die Abfälle sortenrein gesammelt und an verantwortungsvolle Partnerunternehmen weitergegeben.

Um unseren ökologischen Fußabdruck möglichst gering zu halten, unterstützen wir weltweit Klimaprojekte, mit deren Hilfe wir unseren CO₂ Ausstoß kompensieren.

Hinweise

Um die ökologischen Auswirkungen einschätzen zu können sind folgende Informationen relevant:

- Art der verwendeten Rohstoffe und Materialien (z.B. Metalle, Erze, Kunststoff)
- Art der verbrauchten Energie (z.B. Diesel, Strom aus erneuerbaren Energien)
- Emissionen (z.B. Lärm, CO₂, Licht)
- Technologie in der Produktion
- ökologischer Fussabdruck des Unternehmens

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette - Gugler

TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG in der Zulieferkette

- Wie leben Sie die Werte Transparenz und Mitentscheidung in Ihrem Unternehmen?
- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Zulieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Transparenz und Mitbestimmung durch Ihre Lieferant*innen (z.B. Bekämpfung von Betriebsräten und Gewerkschaften)?
- Haben Sie einen Überblick darüber welche Themen und welche Ihrer Entscheidungen Ihre Lieferant*innen betreffen? Inwiefern verfügen Ihre Lieferant*innen über die Möglichkeit, bei relevanten Themen in Ihrem Unternehmen mitzuzusprechen?
- Inwiefern fordern Sie von Ihren Lieferant*innen, dass diese Transparenz und Mitbestimmung gegenüber deren Berührungsgruppen* leben? Inwiefern wählen Sie Ihre Lieferant*innen bereits nach diesen Kriterien aus?

Verantwortungsvoller Umgang mit Mitarbeiter und Rohstoffen sind Grundvoraussetzung für eine langfristige Partnerschaft. Da wir Rohstoffflüsse und Produktionsabläufe unserer Partner nicht kontrollieren können, müssen wir uns dabei auf unsere Zertifizierungspartner verlassen. Entspricht ein Businesspartner nicht mehr unseren hohen Ansprüchen, so sind wir gezwungen einen neuen Lieferanten zu finden, welcher unser Bemühen für ein nachhaltiges Wirtschaften unterstützt.

Ausgehend von der Überzeugung „Kooperation statt Konkurrenz“ unterstützt gugler* unterschiedlichste Initiativen, Organisationen und Interessensvertretungen und tritt hier als engagierter Partner in Sachen Nachhaltigkeit und zukunftsfähigem Wirtschaften auf. In unserer eigens Gegründeten „Print the Change“ Community, teilen wir unser Wissen über die Herstellung nachhaltiger Printprodukte mit unseren Partnern in der EU. Dadurch senken wir unsere Entwicklungskosten und auch andere Druckereien können von unserem „Know-how“ profitieren.

Transparenz und Offenheit sind zentrale Werte von glaubwürdig gelebter Nachhaltigkeit.

In zahlreichen Workshops und Führungen erklären wir unsere gugler*-Philosophie und den Mehrwert unserer Produkte und Dienstleistungen.

Einen weiteren großen Beitrag zum Gemeinwesen bringt gugler* durch seine Forschungs- und Entwicklungsarbeit. Innovation ist sehr eng mit Nachhaltigkeit verbunden, daher setzt man konsequent auf die eigene „Nachdenk- und Forschungsarbeit“. Auch wenn ein wichtiger Teil dieser Forschungs- und Entwicklungsarbeit mit öffentlichen Geldern unterstützt wird, so wird der Großteil durch gugler* getragen.

Unsere Vision: Wir sind ein Vorzeigeunternehmen für verantwortungsvolle Kommunikation und für achtsames Wirtschaften zum Wohle der Menschen und der Erde.

Unsere Mission: Wir tragen mit allen Möglichkeiten eines modernen Kommunikationsdienstleisters dazu bei, das Gute, das Wahre und das Schöne zu entwickeln und zu verbreiten.

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Techwave

MENSCHENWÜRDE in der Zulieferkette

- Auf welche Aspekte der Menschenwürde achten Sie in Ihrem Unternehmen?
- Inwiefern fordern und fördern Sie diese bei der Auswahl Ihrer Lieferant*innen, um menschenwürdige Bedingungen in Ihrer eigenen Zulieferkette zu garantieren?

Wir haben in unserer Wertepolitik folgendes verankert:

In gemeinsamer Vielfalt

Das Unternehmen Techwave hat ein Arbeitsumfeld errichtet das ...

- ... frei von Diskriminierung, ...
- ... sexueller Belästigung, ...
- ... Verleumdung und ...
- ... beleidigenden Verhalten ist.

Eine Missachtung werden wir auf keinen Fall tolerieren und daraus alle notwendigen Konsequenzen ziehen.

Respekt vor Geschäft

Es ist uns ein großes Anliegen und deshalb fordern wir von allen Angehörigen des Unternehmens ein, dass wir allen Personen und / oder Unternehmen ...

- mit denen wir geschäftlich in Verbindung stehen, ...
- oder in der Öffentlichkeit in Kontakt kommen ...
- stets mit Respekt und Wertschätzung begegnen.

Selbstverständlich erwarten wir dasselbe auch von unseren Kunden & Partnern gegenüber unseren Mitarbeitern.

WEITERES:

Wir schauen ständig darauf, dass unsere Mitarbeiter die Arbeitszeiten einhalten können.

Wir leben eine aktive Fehlerkultur (Fehler zuzugeben und daraus zu lernen) wird als positiv angesehen und von dem Leitungsteam vorgelebt. So können wir uns als Team weiterentwickeln.

Wir haben keine Firmenhandys (wir möchten, dass unsere Mitarbeiter am Abend und Wochenende Zeit für Erholung haben)

Wir nehmen oft Praktikanten vom AMS zur Ausbildung. Zwei davon haben wir bereits eingestellt, da die Entwicklung sehr positiv war und wir das Potential der Leute erkannt haben.

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Techwave

SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT in der Zulieferkette

- Wie sorgen Sie für faire Geschäftsbeziehungen, insbesondere für faire Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Lieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Solidarität und Gerechtigkeit (z.B. Nichteinhaltung von Living Wages)?
- Wie leben Sie Solidarität und Gerechtigkeit gegenüber Ihren Berührungsgruppen¹?

Wir zahlen immer innerhalb der Zahlungsfrist.

Solange wir es uns leisten können, helfen wir unseren Kunden wenn aufgrund vom Cash Flow gerade nicht der ganze Betrag bezahlbar ist (dann vereinbaren wir zinslose Ratenzahlungen).

Living Wages sagt mir leider gar nichts :-)

Manchmal spenden wir gemeinnützig. (aber eher sporadisch bzw. anlassbezogen, nicht mit System).

Hinweise

Aspekte von Solidarität und Gerechtigkeit können sein:

- Faire Zahlungs- und Lieferbedingungen
- Kollegiale Zusammenarbeit mit Mit-Unternehmen, Unterstützung in Notsituationen
- Bedürfnisse von Kund*innen erkennen, keine zusätzlichen Bedürfnisse wecken
- Keine Steuervermeidung
- Freiwillige Beiträge für das Gemeinwesen

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Techwave

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT in der Zulieferkette

- Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrem Unternehmen? Werden in Ihrem Unternehmen erneuerbare Energien, nachhaltige Rohstoffe, Clean-Tech-Technologien und ähnliches eingesetzt? Wird auf gewisse umweltschädliche Produkte/Dienstleistungen explizit verzichtet?
- Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrer Zulieferkette?
- Durch welche Maßnahmen fordern und fördern Sie eine Reduktion ökologischer Auswirkungen bei Ihren Lieferant*innen und in deren gesamten Zulieferkette? Wie unterscheiden Sie sich hierbei von Ihren Mitbewerber*innen?

Wir versuchen soweit möglich lokale bzw. europäische Produkte zu kaufen.

Wir verwenden kein Nespresso :-)

Wir versuchen soweit wie möglich öffentlich zu unseren Kunden zu kommen.

Hinweise

Um die ökologischen Auswirkungen einschätzen zu können sind folgende Informationen relevant:

- Art der verwendeten Rohstoffe und Materialien (z.B. Metalle, Erze, Kunststoff)
- Art der verbrauchten Energie (z.B. Diesel, Strom aus erneuerbaren Energien)
- Emissionen (z.B. Lärm, CO₂, Licht)
- Technologie in der Produktion
- ökologischer Fussabdruck des Unternehmens

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Techwave

TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG in der Zulieferkette

- Wie leben Sie die Werte Transparenz und Mitentscheidung in Ihrem Unternehmen?
- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Zulieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Transparenz und Mitbestimmung durch Ihre Lieferant*innen (z.B. Bekämpfung von Betriebsräten und Gewerkschaften)?
- Haben Sie einen Überblick darüber welche Themen und welche Ihrer Entscheidungen Ihre Lieferant*innen betreffen? Inwiefern verfügen Ihre Lieferant*innen über die Möglichkeit, bei relevanten Themen in Ihrem Unternehmen mitzuzusprechen?
- Inwiefern fordern Sie von Ihren Lieferant*innen, dass diese Transparenz und Mitbestimmung gegenüber deren Berührungsgruppen* leben? Inwiefern wählen Sie Ihre Lieferant*innen bereits nach diesen Kriterien aus?

Kein Input meinerseits...

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – con:gas kreativteam

MENSCHENWÜRDE in der Zulieferkette

- Auf welche Aspekte der Menschenwürde achten Sie in Ihrem Unternehmen?
- Inwiefern fordern und fördern Sie diese bei der Auswahl Ihrer Lieferant*innen, um menschenwürdige Bedingungen in Ihrer eigenen Zulieferkette zu garantieren?

Menschenwürde heißt für uns in erster Linie Fairness und Nachhaltigkeit – faire Bedingungen, was Preise und Zusammenarbeit betrifft, Schauen auf ökologisches und ökonomisches Gleichgewicht, Wertlegen auf langjährige und wertschätzende Zusammenarbeit ohne Ausüben von Druck, weder terminlich noch preislich. Gleichberechtigung und ausgeglichene Work-Life-Balance sind in diesem Zusammenhang unabdingbar.

Hinweise:

Aspekte der Menschenwürde können sein:

- physische und psychische Gesundheit förderndes Umfeld (Arbeitsplatzsicherheit, Aus- / Weiterbildung, Wertschätzende Kultur, Erreichbarkeit des Arbeitsumfanges, Gute Work-Life Balance)
- gute Work-Life Balance (Arbeitszeit, Flexibilität)
- Förderung der Gleichberechtigung

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – con:gas kreativteam

SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT in der Zulieferkette

- Wie sorgen Sie für faire Geschäftsbeziehungen, insbesondere für faire Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Lieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Solidarität und Gerechtigkeit (z.B. Nichteinhaltung von Living Wages)?
- Wie leben Sie Solidarität und Gerechtigkeit gegenüber Ihren Berührungsgruppen¹?

Wenn es unseren Zulieferer*innen gut geht, geht es uns auch gut. Insofern arbeiten wir mit all unseren Partner*innen seit langem zusammen, auf Augenhöhe und zu fairen Bedingungen für alle. Soweit uns bekannt sind alle Glieder der Lieferkette mit uns auf einer „Wellenlänge“ und halten sich an die „Spielregeln“. Von Verstößen haben wir noch nie etwas gehört, wenn so etwas vorkommen würde, müssten wir uns natürlich die Umstände ansehen, wie jene zustande gekommen wären – im Extremfall sind auch Sanktionen vorstellbar.

Hinweise

Aspekte von Solidarität und Gerechtigkeit können sein:

- Faire Zahlungs- und Lieferbedingungen
- Kollegiale Zusammenarbeit mit Mit-Unternehmen, Unterstützung in Notsituationen
- Bedürfnisse von Kund*innen erkennen, keine zusätzlichen Bedürfnisse wecken
- Keine Steuervermeidung
- Freiwillige Beiträge für das Gemeinwesen

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – con:gas kreativteam

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT in der Zulieferkette

- Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrem Unternehmen? Werden in Ihrem Unternehmen erneuerbare Energien, nachhaltige Rohstoffe, Clean-Tech-Technologien und ähnliches eingesetzt? Wird auf gewisse umweltschädliche Produkte/Dienstleistungen explizit verzichtet?
- Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrer Zulieferkette?
- Durch welche Maßnahmen fordern und fördern Sie eine Reduktion ökologischer Auswirkungen bei Ihren Lieferant*innen und in deren gesamten Zulieferkette? Wie unterscheiden Sie sich hierbei von Ihren Mitbewerber*innen?

Soweit möglich verzichten wir auf ökologisch schädliche Produkte. Wir beziehen Ökostrom und -gas, setzen auf zertifizierte Partner-Betriebe und achten auch beim Einkauf auf nachhaltige Kriterien. Fast alle Wege werden öffentlich oder mit dem Rad zurückgelegt, Auto oder Taxi kommen nur zum Einsatz, wenn es schwer anders geht.

Diesen Einsatz für die Umwelt verlangen wir auch von unseren Zuliefer-Unternehmen bzw. suchen wir auch unsere Kundinnen und Kunden danach aus, wie sie mit ihrer Umwelt umgehen.

Hinweise

Um die ökologischen Auswirkungen einschätzen zu können sind folgende Informationen relevant:

- Art der verwendeten Rohstoffe und Materialien (z.B. Metalle, Erze, Kunststoff)
- Art der verbrauchten Energie (z.B. Diesel, Strom aus erneuerbaren Energien)
- Emissionen (z.B. Lärm, CO₂, Licht)
- Technologie in der Produktion
- ökologischer Fussabdruck des Unternehmens

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – con:gas kreativteam

TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG in der Zulieferkette

- Wie leben Sie die Werte Transparenz und Mitentscheidung in Ihrem Unternehmen?
- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Zulieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Transparenz und Mitbestimmung durch Ihre Lieferant*innen (z.B. Bekämpfung von Betriebsräten und Gewerkschaften)?
- Haben Sie einen Überblick darüber welche Themen und welche Ihrer Entscheidungen Ihre Lieferant*innen betreffen? Inwiefern verfügen Ihre Lieferant*innen über die Möglichkeit, bei relevanten Themen in Ihrem Unternehmen mitzuentcheiden?
- Inwiefern fordern Sie von Ihren Lieferant*innen, dass diese Transparenz und Mitbestimmung gegenüber deren Berührungsgruppen* leben? Inwiefern wählen Sie Ihre Lieferant*innen bereits nach diesen Kriterien aus?

Transparenz und Mitbestimmung sind zentrale Werte in unserem Unternehmen, dies verlangen wir auch von unseren Zuliefer-Unternehmen. Durch deren Auswahl (überwiegend KMU) bemühen wir uns schon von den Strukturen her diese Werte auch weitergeben zu können bzw. die Unternehmen nach diesen Werten auszusuchen und zu fördern.

Auf Entscheidungen in diesen Betrieben haben wir aber nur begrenzt Einfluss, um ehrlich zu sein. Wenn uns etwas zu Ohren kommt, was aus unserer Sicht nicht passt, haben wir aber immer ein derartig gutes Gesprächsklima, um diese Dinge auch ansprechen zu können.

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Systopia

MENSCHENWÜRDE in der Zulieferkette

- Auf welche Aspekte der Menschenwürde achten Sie in Ihrem Unternehmen?
- Inwiefern fordern und fördern Sie diese bei der Auswahl Ihrer Lieferant*innen, um menschenwürdige Bedingungen in Ihrer eigenen Zulieferkette zu garantieren?

ANTWORTEN

- keine unbezahlten Überstunden
- Urlaub über den gesetzlichen Mindestanspruch hinaus
- Berücksichtigung persönlicher Bedürfnisse bei der Arbeitszeitgestaltung
- realistische Arbeitsplanung unter Berücksichtigung der Möglichkeiten der Mitarbeitenden
- gut ausgestattete Arbeitsplätze
- regelmäßige Entwicklungsgespräche
- Förderung von Fortbildungsmöglichkeiten
- Maßnahmen zur Organisationsentwicklung unter Einbeziehung aller Mitarbeitenden

Hinweise:

Aspekte der Menschenwürde können sein:

- physische und psychische Gesundheit förderndes Umfeld (Arbeitsplatzsicherheit, Aus- / Weiterbildung, Wertschätzende Kultur, Erreichbarkeit des Arbeitsumfanges, Gute Work-Life Balance)
- gute Work-Life Balance (Arbeitszeit, Flexibilität)
- Förderung der Gleichberechtigung

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Systopia

SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT in der Zulieferkette

- Wie sorgen Sie für faire Geschäftsbeziehungen, insbesondere für faire Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Lieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Solidarität und Gerechtigkeit (z.B. Nichteinhaltung von Living Wages)?
- Wie leben Sie Solidarität und Gerechtigkeit gegenüber Ihren Berührungsgruppen?!

ANTWORTEN

- Unser wirtschaftliches Umfeld ist stark von Open-Source-Kultur geprägt, d.h. konkret:
 - wir profitieren von den Leistungen der Community und engagieren uns umgekehrt auch stark, zum Beispiel durch ehrenamtliche Ausrichtung der CiviCRM-Konferenz "CiviCon Cologne" im Juni 2017 und durch Veröffentlichung zahlreicher Software-Komponenten unter freier Lizenz
 - wir verkaufen keine Softwarelizenzen, sondern unsere Dienstleistungen bei der Einführung und Anpassung von Systemen (oder anderweitige Beratung); unsere Unterstützung bieten wir in dem Maße und in der Herangehensweise an, wie sie gebraucht wird und wie dies den Möglichkeiten der Kunden entspricht
 - wir streben nicht an, unsere Kunden mit anderen Mitteln als mit guter Leistung an uns zu binden; wir bauen insbesondere keine künstlichen technischen oder rechtlichen Hürden auf, um Kunden den Wechsel zu anderen Systemen zu erschweren
 - wir ermutigen unsere Kunden, sich selbst möglichst umfassend mit den von uns eingeführten Softwaresystemen vertraut zu machen, um unabhängiger zu werden und möglichst großen Nutzen daraus zu ziehen
 - wir arbeiten regelmäßig in Projekten oder in der Community-Arbeit mit anderen Dienstleistern zusammen und stärken so das wirtschaftliche Ökosystem
 - wir setzen intern fast ausschließliche Open-Source-Software ein
- wir unterstützen auch kleine zivilgesellschaftliche Organisationen (zu vergünstigten Bedingungen), auch wenn dies oft wenig oder gar nicht profitabel für uns ist
- wir lehnen Organisationen als Kunden ab, deren Ziele wir ablehnen; so etwa bereits geschehen bei Anfragen eines u.E. deutlich neoliberal eingestellten EU-Abgeordneten oder einer stark traditionellen katholischen Organisation, die wir als homophob und frauenfeindlich einschätzten
- wir zahlen fällige Steuern und Sozialabgaben ohne jegliche Bemühungen zur Steuervermeidung o.ä.

Hinweise

Aspekte von Solidarität und Gerechtigkeit können sein:

- Faire Zahlungs- und Lieferbedingungen
- Kollegiale Zusammenarbeit mit Mit-Unternehmen, Unterstützung in Notsituationen
- Bedürfnisse von Kund*innen erkennen, keine zusätzlichen Bedürfnisse wecken

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Systopia

- Keine Steuervermeidung
- Freiwillige Beiträge für das Gemeinwesen

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT in der Zulieferkette

- Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrem Unternehmen? Werden in Ihrem Unternehmen erneuerbare Energien, nachhaltige Rohstoffe, Clean-Tech-Technologien und ähnliches eingesetzt? Wird auf gewisse umweltschädliche Produkte/Dienstleistungen explizit verzichtet?
- Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrer Zulieferkette?
- Durch welche Maßnahmen fordern und fördern Sie eine Reduktion ökologischer Auswirkungen bei Ihren Lieferant*innen und in deren gesamten Zulieferkette? Wie unterscheiden Sie sich hierbei von Ihren Mitbewerber*innen?

ANTWORTEN

- Da wir lediglich ein Bürobetrieb sind, beschränkt sich dies auf Büromaterialien, Energie, einige gemietete Server etc.; wir bemühen uns in der Beschaffung soweit möglich um ökologisch nachhaltige Produkte und Materialien

Hinweise

Um die ökologischen Auswirkungen einschätzen zu können sind folgende Informationen relevant:

- Art der verwendeten Rohstoffe und Materialien (z.B. Metalle, Erze, Kunststoff)
- Art der verbrauchten Energie (z.B. Diesel, Strom aus erneuerbaren Energien)
- Emissionen (z.B. Lärm, CO₂, Licht)
- Technologie in der Produktion
- ökologischer Fussabdruck des Unternehmens

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Systopia

TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG in der Zulieferkette

- Wie leben Sie die Werte Transparenz und Mitentscheidung in Ihrem Unternehmen?
- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Zulieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Transparenz und Mitbestimmung durch Ihre Lieferant*innen (z.B. Bekämpfung von Betriebsräten und Gewerkschaften)?
- Haben Sie einen Überblick darüber welche Themen und welche Ihrer Entscheidungen Ihre Lieferant*innen betreffen? Inwiefern verfügen Ihre Lieferant*innen über die Möglichkeit, bei relevanten Themen in Ihrem Unternehmen mitzuentcheiden?
- Inwiefern fordern Sie von Ihren Lieferant*innen, dass diese Transparenz und Mitbestimmung gegenüber deren Berührungsgruppen¹ leben? Inwiefern wählen Sie Ihre Lieferant*innen bereits nach diesen Kriterien aus?

ANTWORTEN

- Da wir eine kleine Agentur sind, sind (bislang) Transparenz und Mitbestimmung nicht formalisiert; wir ermutigen unsere Mitarbeitenden sich einzubringen und offen zu äußern; die Bildung eines Betriebsrats würden wir nicht behindern
- unsere "Zulieferkette" ist im wesentlichen das oben bereits beschriebene Open-Source-Ökosystem; hier herrscht in der Regel offener Austausch zwischen den verschiedenen Akteuren, insbesondere stehen wir über verschiedene Gremien und Kommunikationskanäle mit dem CiviCRM-Kernteam in engem Austausch

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette - Thienel

MENSCHENWÜRDE in der Zulieferkette

- Auf welche Aspekte der Menschenwürde achten Sie in Ihrem Unternehmen?
- Inwiefern fordern und fördern Sie diese bei der Auswahl Ihrer Lieferant*innen, um menschenwürdige Bedingungen in Ihrer eigenen Zulieferkette zu garantieren?

Work-Life Balance:

In unserem Betrieb gibt es die flexible Arbeitszeiteinteilung, mit besonderem Augenmerk auf „familienfreundliche“ Arbeitszeiten. Überstunden werden als Zeitausgleich konsumiert, damit gibt es wieder mehr Zeit für die Familie.

Vorgegebene Einkommensgrenzen für Mindest- und Höchsteinkommen, in Bezug auf die Arbeitszeit, werden eingehalten.

Physische und psychische Gesundheit förderndes Umfeld:

Alle 2 Jahre werden die Arbeitsplätze von einem Arbeitsmediziner begutachtet und gemeinsam mit dem betreffenden Mitarbeiter Verbesserungsvorschläge umgesetzt. Jeder Mitarbeiter hat die Möglichkeit seinen Arbeitsplatz individuell zu gestalten. Grünpflanzen in den Büroräumen sowie Frischluft, Ruhepausen und VOC-freie Reinigungsmittel sorgen für ein angenehmes Arbeitsumfeld.

Durch regelmäßige Gespräche bekommen wir Feedback über bereits gesetzte Maßnahmen und gleichzeitig werden auch weitere Wünsche und Vorstellungen unserer Mitarbeiter eingeholt.

Unsere Mitarbeiter dürfen Fehler machen, ohne negative Auswirkungen befürchten zu müssen. In unserem Betrieb herrscht „learning by doing“, damit wird auch gewährleistet, dass jedem Mitarbeiter die Zeit zur Verfügung steht, die er braucht, um neue Prozesse zu erlernen.

Wo es möglich ist, werden Mitarbeiter bei der Planung von Arbeitsprozessen eingebunden. Wir legen großen Wert auf ein respektvolles Miteinander und möchten, dass unsere Mitarbeiter sich als Teil der Firmengemeinschaft sehen.

Geschlechterverhältnis von 1:1

Männer und Frauen sind hinsichtlich Ihrer Entlohnung gleichgestellt und haben auch den gleichen Zugang zu Fortbildungsmöglichkeiten.

Hinweise:

Aspekte der Menschenwürde können sein:

- physische und psychische Gesundheit förderndes Umfeld (Arbeitsplatzsicherheit, Aus- / Weiterbildung, Wertschätzende Kultur, Erreichbarkeit des Arbeitsumfanges, Gute Work-Life Balance)
- gute Work-Life Balance (Arbeitszeit, Flexibilität)
- Förderung der Gleichberechtigung

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Thienel

SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT in der Zulieferkette

- Wie sorgen Sie für faire Geschäftsbeziehungen, insbesondere für faire Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Lieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Solidarität und Gerechtigkeit (z.B. Nichteinhaltung von Living Wages)?
- Wie leben Sie Solidarität und Gerechtigkeit gegenüber Ihren Berührungsgruppen¹?

Wir sind ein traditioneller Wiener Klein/Familienbetrieb, und bevorzugen Österreichische Lieferanten mit möglichst kurzen Lieferstrecken. Auch hier gilt Transparenz und Respekt dem anderen gegenüber – miteinander „reden“ können ist für uns sehr wichtig, ist doch das Gespräch die Basis um sich gemeinsam weiterzuentwickeln und um zukünftige Projekte bzw. Herausforderungen zu meistern. Wir erwarten von unseren Zulieferern faire und realistische Zahlungsziele und geben diese auch an unsere Kunden weiter. Zusätzliche Leistungen zur Kundenzufriedenheit wie z.B. „Frei Haus“ bedeutet nicht nur die Lieferung bis zur Türe, sondern z.B. auch Kartons in ein Regal einräumen. Faire Preise für faire Arbeit gilt für unsere Lieferanten und für unsere Kunden.

Wir fördern die Zusammenarbeit mit anderen Marktbegleitern zum Vorteil aller Beteiligten (Win-Win Situation) basierend auf ethisch korrekten und wirtschaftlich fairen Geschäftsbeziehungen. Nur „Positiv-Werbung“ – wir nehmen Abstand davon, Mitbewerber negativ zu beurteilen.

Sämtliche Steuern und Abgaben werden korrekt berechnet und pünktlich abgeführt.

- Unsere Druckerei unterstützt die lokalen Pfadfindergruppen
- „Restpapierangebot“ erfolgt an nahegelegene Kindergärten
- Führungen von Schulklassen/Interessierten durch unseren Betrieb, hier gibt es nicht nur technische Fakten, es werden auch die Themen Umweltbewusstsein, Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit angesprochen.
- Je nach unseren Möglichkeiten unterstützend wir lokale soziale Projekte.

Hinweise

Aspekte von Solidarität und Gerechtigkeit können sein:

- Faire Zahlungs- und Lieferbedingungen
- Kollegiale Zusammenarbeit mit Mit-Unternehmen, Unterstützung in Notsituationen
- Bedürfnisse von Kund*innen erkennen, keine zusätzlichen Bedürfnisse wecken
- Keine Steuervermeidung
- Freiwillige Beiträge für das Gemeinwesen

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Thienel

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT in der Zulieferkette

- Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrem Unternehmen? Werden in Ihrem Unternehmen erneuerbare Energien, nachhaltige Rohstoffe, Clean-Tech-Technologien und ähnliches eingesetzt? Wird auf gewisse umweltschädliche Produkte/Dienstleistungen explizit verzichtet?
- Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrer Zulieferkette?
- Durch welche Maßnahmen fordern und fördern Sie eine Reduktion ökologischer Auswirkungen bei Ihren Lieferant*innen und in deren gesamten Zulieferkette? Wie unterscheiden Sie sich hierbei von Ihren Mitbewerber*innen?

Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung sind gerade in einer Druckerei ein großes Thema, da viele Arbeitsabläufe individuell zu bewerten sind. Bei der Druckformherstellung verzichten wir vollständig auf Chemie. Dadurch ergibt sich eine jährliche Einsparung von rund 22.000 l Wasser und rund 800 kg entsorgungspflichtiger Altchemikalien.

Unsere Druckfarben basieren auf Pflanzenöl (Raps) – geringer Bedarf an der endlichen Ressource Erdöl.

Je nach technischer Möglichkeit werden VOC-freie bzw. VOC-arme Reiniger verwendet.

Der Alkoholgehalt liegt weit unter den gesetzlichen Anforderungen.

Wir verwenden hauptsächlich FSC- und PEFC-zertifizierte Papiersorten. Kein Papier aus unbekannter Herkunft (Herstellernachweis).

Unser Strom kommt aus 100% österr. Wasserkraft – CO₂-frei.

Für den Heiz-/Wärmebedarf setzen wir auf eine moderne Gasheizung. Das dafür benötigte Gas wird bereits von unserem Energieversorger CO₂-kompensiert. Durch die kontinuierliche Investition in das Firmengebäude erfolgt eine deutliche Reduzierung des Wärmebedarfs.

Im Rahmen der Zertifizierung des Österreichischen Umweltzeichens erfolgte der Nachweis der schwermetallfreien Druckproduktion mit besonderem Augenmerk auf stoffliche Recyclingfähigkeit.

Wir bieten unseren Kunden Produkte mit dem Österreichischen Umweltzeichen, sowie CO₂-neutrales Drucken an.

Lieferanten werden aufgrund des Angebots und der Verfügbarkeit von nachhaltigen Stoffen ausgesucht. Weiters sind uns möglichst kurze Wegstrecken wichtig, die faire Behandlung der Mitarbeiter sehen wir als Grundvoraussetzung an. Die Bereitschaft zum Gespräch und eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung in Sachen Nachhaltigkeit sehen wir als Basis für Geschäftsbeziehungen an.

Hinweise

Um die ökologischen Auswirkungen einschätzen zu können sind folgende Informationen relevant:

- Art der verwendeten Rohstoffe und Materialien (z.B. Metalle, Erze, Kunststoff)
- Art der verbrauchten Energie (z.B. Diesel, Strom aus erneuerbaren Energien)
- Emissionen (z.B. Lärm, CO₂, Licht)
- Technologie in der Produktion
- ökologischer Fussabdruck des Unternehmens

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette - Thienel

TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG in der Zulieferkette

- Wie leben Sie die Werte Transparenz und Mitentscheidung in Ihrem Unternehmen?
- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Zulieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Transparenz und Mitbestimmung durch Ihre Lieferant*innen (z.B. Bekämpfung von Betriebsräten und Gewerkschaften)?
- Haben Sie einen Überblick darüber welche Themen und welche Ihrer Entscheidungen Ihre Lieferant*innen betreffen? Inwiefern verfügen Ihre Lieferant*innen über die Möglichkeit, bei relevanten Themen in Ihrem Unternehmen mitzuentcheiden?
- Inwiefern fordern Sie von Ihren Lieferant*innen, dass diese Transparenz und Mitbestimmung gegenüber deren Berührungsgruppen* leben? Inwiefern wählen Sie Ihre Lieferant*innen bereits nach diesen Kriterien aus?

Die Mitentscheidung unserer Mitarbeiter bei z.B. Arbeitsplatzgestaltung, aber auch soweit möglich bei der Auftragsabwicklung werden gerne berücksichtigt. Bei persönlichen Gesprächen nehmen wir auch Verbesserungsvorschläge bzw. Anregungen für weitere Arbeitsabläufe an. Maschineneinstellungen obliegen demjenigen, der daran arbeitet. Hier kann jeder seine individuellen Anpassungen vornehmen, sei es Geschwindigkeit oder eine bestimmte Handhabung.

Jeder Mitarbeiter hat Zugang zum Angebot für Weiterbildung, Verordnungen, Sicherheitsvorschriften, Gehaltsabrechnung, Arbeitszeitaufzeichnungen u.ä.

Persönliche Gespräche können jederzeit geführt werden. Je nach Investitionsabsichten werden auch Mitarbeiter in die laufenden Entscheidungen eingebunden.

Sollte es zu einem Verstoß unserer Anforderungen in der Zulieferkette kommen, wird auf jeden Fall das Gespräch gesucht um Missverständnisse zu klären bzw. um einen Fehler zu korrigieren. Sollten Fehler so schwerwiegend sein bzw. der Lieferant uneinsichtig sein, sehen wir von einer weiteren Geschäftsverbindung ab.

Wir sind sehr daran interessiert, bei relevanten Umstellungen in unserem Betrieb auch die Meinung der betreffenden Zulieferer einzuholen. Wir lassen uns gerne über Alternativen beraten und sind auch gerne bereit verschiedene Sachen auszuprobieren. Ziel ist eine gemeinsam Weiterentwicklung und zukunftsorientiert Arbeit.

Unsere Lieferanten werden schon im Vorfeld nicht nach dem preislich günstigsten Angebot ausgesucht, sondern nach dem Gesamtkonzept - Bestbieter und nicht Billigstbieter. Unsere Anforderungen und Werte müssen respektiert und umgesetzt werden. Für eine dauerhafte Geschäftsverbindung ist uns ein gelebtes Miteinander, das auf Vertrauen und Respekt aufgebaut ist, Voraussetzung.



Claus Thienel
Biedermanngasse 8, 1120 Wien

Wien, 21.8.2017

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – TPA

MENSCHENWÜRDE in der Zulieferkette

- Auf welche Aspekte der Menschenwürde achten Sie in Ihrem Unternehmen?
- Inwiefern fordern und fördern Sie diese bei der Auswahl Ihrer Lieferant*innen, um menschenwürdige Bedingungen in Ihrer eigenen Zulieferkette zu garantieren?

Arbeitsplatzsicherheit, Aus- / Weiterbildung der Mitarbeiter ist uns ein großes Anliegen.

Gute Work-Life Balance (Arbeitszeit, Flexibilität): die Arbeitszeiten unterliegen bei uns großen saisonalen Schwankungen; es wird jedoch darauf geachtet, dass die Mitarbeiter in der Hochsaison geleistete Überstunden, in der Nebensaison ausgleichen können. Dies wird zusätzlich mit einem Zeitguthaben von 1:1,5 gefördert.

Die Gleichberechtigung ist uns ein großes Anliegen. Derzeit sind rd 50% unserer Mitarbeiter weiblich, 10 von 28 Partner (rd 26%) sind weiblich. Wir haben auch bereits einmal den gläsernen Schuh für das frauenfreundlichste Unternehmen Österreichs erhalten.

Bei der Auswahl von Lieferant*innen werden menschenwürdige Bedingungen derzeit noch nicht beurteilt.

Hinweise:

Aspekte der Menschenwürde können sein:

- physische und psychische Gesundheit förderndes Umfeld (Arbeitsplatzsicherheit, Aus- / Weiterbildung, Wertschätzende Kultur, Erreichbarkeit des Arbeitsumfanges, Gute Work-Life Balance)
- gute Work-Life Balance (Arbeitszeit, Flexibilität)
- Förderung der Gleichberechtigung

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – TPA

SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT in der Zulieferkette

- Wie sorgen Sie für faire Geschäftsbeziehungen, insbesondere für faire Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Lieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Solidarität und Gerechtigkeit (z.B. Nichteinhaltung von Living Wages)?
- Wie leben Sie Solidarität und Gerechtigkeit gegenüber Ihren Berührungsgruppen¹?

Entsprechend unserem Grundsatz „Face to Face Business“ achten wir auf Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette, insbesondere auf

- faire Zahlungs- und Lieferbedingungen
- kollegiale Zusammenarbeit mit Mit-Unternehmen, Unterstützung in Notsituationen
- Bedürfnisse von Kund*innen erkennen.

Insbesondere im Rahmen der Prospekterstellung für die BfG Eigentümerge/innen und Verwaltungsgenossenschaft eG haben wir unsere Leistungen zu günstigen Bedingungen angeboten.

Hinweise

Aspekte von Solidarität und Gerechtigkeit können sein:

- Faire Zahlungs- und Lieferbedingungen
- Kollegiale Zusammenarbeit mit Mit-Unternehmen, Unterstützung in Notsituationen
- Bedürfnisse von Kund*innen erkennen, keine zusätzlichen Bedürfnisse wecken
- Keine Steuervermeidung
- Freiwillige Beiträge für das Gemeinwesen

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – TPA

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT in der Zulieferkette

- Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrem Unternehmen? Werden in Ihrem Unternehmen erneuerbare Energien, nachhaltige Rohstoffe, Clean-Tech-Technologien und ähnliches eingesetzt? Wird auf gewisse umweltschädliche Produkte/Dienstleistungen explizit verzichtet?
- Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrer Zulieferkette?
- Durch welche Maßnahmen fordern und fördern Sie eine Reduktion ökologischer Auswirkungen bei Ihren Lieferant*innen und in deren gesamten Zulieferkette? Wie unterscheiden Sie sich hierbei von Ihren Mitbewerber*innen?

Ökologische Nachhaltigkeit ist uns ein großes Anliegen. Insbesondere versuchen wir, den Papierverbrauch möglichst gering zu halten („paperless audit“), achten auf den Einsatz von umweltfreundlichen Materialien, fördern Mülltrennung.

Als Dienstleister verwenden wir keine wesentlichen Rohstoffe und Materialien.

Wir erzeugen keine wesentlichen Emissionen. Wir sind nicht in der Produktion tätig.

Zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit werden wir 2018 in ein neues, energieökonomischeres Gebäude umziehen. Der neue Sitz unseres Unternehmens wird verkehrsgünstig liegen, somit die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln fördern. Zudem werden Stromanschlüsse für Elektroautos zur Verfügung stehen.

Wesentliche ökologische Auswirkungen in der Zulieferkette sind derzeit nicht feststellbar. Unterscheidungen zu unseren Mitbewerbern wurden bislang nicht erhoben.

Hinweise

Um die ökologischen Auswirkungen einschätzen zu können sind folgende Informationen relevant:

- Art der verwendeten Rohstoffe und Materialien (z.B. Metalle, Erze, Kunststoff)
- Art der verbrauchten Energie (z.B. Diesel, Strom aus erneuerbaren Energien)
- Emissionen (z.B. Lärm, CO₂, Licht)
- Technologie in der Produktion
- ökologischer Fussabdruck des Unternehmens

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – TPA

TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG in der Zulieferkette

- Wie leben Sie die Werte Transparenz und Mitentscheidung in Ihrem Unternehmen?
- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Zulieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Transparenz und Mitbestimmung durch Ihre Lieferant*innen (z.B. Bekämpfung von Betriebsräten und Gewerkschaften)?
- Haben Sie einen Überblick darüber welche Themen und welche Ihrer Entscheidungen Ihre Lieferant*innen betreffen? Inwiefern verfügen Ihre Lieferant*innen über die Möglichkeit, bei relevanten Themen in Ihrem Unternehmen mitzuzusprechen?
- Inwiefern fordern Sie von Ihren Lieferant*innen, dass diese Transparenz und Mitbestimmung gegenüber deren Berührungsgruppen* leben? Inwiefern wählen Sie Ihre Lieferant*innen bereits nach diesen Kriterien aus?

Die Werte Transparenz und Mitentscheidung sind uns ein großes Anliegen. Entscheidungen werden bei uns gleichberechtigt im Rahmen von Gesellschafter-/Partnersitzungen getroffen.

Risiken in der Zulieferkette werden derzeit nicht gesondert beurteilt. Mitentscheidungen von Lieferant*innen sind derzeit kein Thema.

Unsere Lieferant*innen werden derzeit nicht gesondert nach Transparenz und Mitbestimmung beurteilt.

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Landhotel Yspertal

MENSCHENWÜRDE in der Zulieferkette

- Auf welche Aspekte der Menschenwürde achten Sie in Ihrem Unternehmen?
- Inwiefern fordern und fördern Sie diese bei der Auswahl Ihrer Lieferant*innen, um menschenwürdige Bedingungen in Ihrer eigenen Zulieferkette zu garantieren?

Wir achten darauf, dass offen und wertschätzend miteinander, mit unseren Lieferanten und Gästen kommuniziert wird. Einmal monatlich findet ein gemeinsames Team-Meeting statt, bei dem alle MitarbeiterInnen vertreten sind und wir an ganz konkreten Themen aus dem Tagesgeschäft genauso arbeiten wie an grundsätzlichen Fragen – z. B. welche Dienstleistungskultur wir leben wollen und wo für jeden Mitarbeiter/jede Mitarbeiterin seine/ihre persönlichen Grenzen dabei sind.

Wir versuchen bei den Arbeitszeiten auf die Familiensituation der jeweiligen MitarbeiterInnen Rücksicht zu nehmen. Die Kinder der MitarbeiterInnen können Dienstleistungen des Hotels kostenlos in Anspruch nehmen.

Schulungen und Ausbildungen für alle MitarbeiterInnen (z. B. in GFK – Gewaltfreier Kommunikation) werden angeboten.

Wir bevorzugen kleine, regionale Lieferanten, die wir persönlich kennen und die Fairness, Solidarität und Nachhaltigkeit leben.

Hinweise:

Aspekte der Menschenwürde können sein:

- physische und psychische Gesundheit förderndes Umfeld (Arbeitsplatzsicherheit, Aus- / Weiterbildung, Wertschätzende Kultur, Erreichbarkeit des Arbeitsumfanges, Gute Work-Life Balance)
- gute Work-Life Balance (Arbeitszeit, Flexibilität)
- Förderung der Gleichberechtigung

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Landhotel Yspertal

SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT in der Zulieferkette

- Wie sorgen Sie für faire Geschäftsbeziehungen, insbesondere für faire Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Lieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Solidarität und Gerechtigkeit (z.B. Nichteinhaltung von Living Wages)?
- Wie leben Sie Solidarität und Gerechtigkeit gegenüber Ihren Berührungsgruppen¹?

Wir beziehen Fair-Trade-Produkte (Kaffee, Tee, Zucker, Schokolade, Bananen, Blumen)

Durch den Einkauf bei (Bio)Betrieben in der Region versuchen wir die Lieferwege so kurz wie möglich zu halten. Zur Evaluierung gehört, dass wir viele unserer Lieferanten persönlich kennen und sie auch regelmäßig besuchen. Wir machen auch Betriebsausflüge mit unseren Mitarbeitern zu unseren Lieferanten.

Hinweise

Aspekte von Solidarität und Gerechtigkeit können sein:

- Faire Zahlungs- und Lieferbedingungen
- Kollegiale Zusammenarbeit mit Mit-Unternehmen, Unterstützung in Notsituationen
- Bedürfnisse von Kund*innen erkennen, keine zusätzlichen Bedürfnisse wecken
- Keine Steuervermeidung
- Freiwillige Beiträge für das Gemeinwesen

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Landhotel Yspertal

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT in der Zulieferkette

- Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrem Unternehmen? Werden in Ihrem Unternehmen erneuerbare Energien, nachhaltige Rohstoffe, Clean-Tech-Technologien und ähnliches eingesetzt? Wird auf gewisse umweltschädliche Produkte/Dienstleistungen explizit verzichtet?
- Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrer Zulieferkette?
- Durch welche Maßnahmen fordern und fördern Sie eine Reduktion ökologischer Auswirkungen bei Ihren Lieferant*innen und in deren gesamten Zulieferkette? Wie unterscheiden Sie sich hierbei von Ihren Mitbewerber*innen?

Transparenz und Mitentscheidung praktizieren wir in unseren regelmäßigen Team-Meetings.

Auch unter unseren Lieferanten finden sich bevorzugt Kleinlieferanten und Familienbetriebe aus der Region in denen Transparenz und Mitbestimmung gelebt werden.

Als Bio-Restaurant legen wir Wert auf nachhaltige Orientierung und suchen unsere Lieferanten auch danach aus.

Hinweise

Um die ökologischen Auswirkungen einschätzen zu können sind folgende Informationen relevant:

- Art der verwendeten Rohstoffe und Materialien (z.B. Metalle, Erze, Kunststoff)
- Art der verbrauchten Energie (z.B. Diesel, Strom aus erneuerbaren Energien)
- Emissionen (z.B. Lärm, CO₂, Licht)
- Technologie in der Produktion
- ökologischer Fussabdruck des Unternehmens

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Landhotel Yspertal

TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG in der Zulieferkette

- Wie leben Sie die Werte Transparenz und Mitentscheidung in Ihrem Unternehmen?
- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Zulieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Transparenz und Mitbestimmung durch Ihre Lieferant*innen (z.B. Bekämpfung von Betriebsräten und Gewerkschaften)?
- Haben Sie einen Überblick darüber welche Themen und welche Ihrer Entscheidungen Ihre Lieferant*innen betreffen? Inwiefern verfügen Ihre Lieferant*innen über die Möglichkeit, bei relevanten Themen in Ihrem Unternehmen mitzuentcheiden?
- Inwiefern fordern Sie von Ihren Lieferant*innen, dass diese Transparenz und Mitbestimmung gegenüber deren Berührungsgruppen* leben? Inwiefern wählen Sie Ihre Lieferant*innen bereits nach diesen Kriterien aus?

Wir verwenden in der Küche und am Buffet ausschließlich Bio-Produkte (regional und saisonal)

Bei den Getränken haben wir einen Anteil von 80% Bio-Produkten. Auch hier versuchen wir die Lieferwege kurz zu halten.

Putzmittel sind zu 70% Bio-Produkte von österreichischen Herstellern.

Wir beziehen zu 100% Ökostrom und sind Mitglied im Klimabündnis.

Wir optimieren permanent unseren Strom- und Wärmeverbrauch im Sinne einer Verringerung unseres ökologischen Fußabdrucks.

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Lebensart Magazin

MENSCHENWÜRDE in der Zulieferkette

- Auf welche Aspekte der Menschenwürde achten Sie in Ihrem Unternehmen?

Fairness auf allen Ebenen: guter Umgang miteinander, faire Bezahlung, Diversität, Gleitzeit,.....

- Inwiefern fordern und fördern Sie diese bei der Auswahl Ihrer Lieferant*innen, um menschenwürdige Bedingungen in Ihrer eigenen Zulieferkette zu garantieren?

Wir bevorzugen LieferantInnen, die Nachhaltigkeit leben und das auch dokumentieren bzw. zertifizieren lassen

Hinweise:

Aspekte der Menschenwürde können sein:

- physische und psychische Gesundheit förderndes Umfeld (Arbeitsplatzsicherheit, Aus- / Weiterbildung, Wertschätzende Kultur, Erreichbarkeit des Arbeitsumfanges, Gute Work-Life Balance)
- gute Work-Life Balance (Arbeitszeit, Flexibilität)
- Förderung der Gleichberechtigung

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Lebensart Magazin

SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT in der Zulieferkette

- Wie sorgen Sie für faire Geschäftsbeziehungen, insbesondere für faire Zahlungs- und Lieferbedingungen?

Wir können das nur über Zertifizierungen / Gütesiegel tun, z.B. fsc-Zertifizierung, Nachhaltigkeitsbericht bzw. Auszeichnungen etc.

- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Lieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Solidarität und Gerechtigkeit (z.B. Nichteinhaltung von Living Wages)?

Alle Zulieferer sind österreichische Unternehmen. Wir legen Wert auf langfristige Zusammenarbeit, auch wenn das teilweise mehr kostet. Wir kennen unsere Zulieferer und wissen, wie sie arbeiten. Darüber hinaus können wir sicher sein, dass sie das österreichische Rechtssystem einhalten.

- Wie leben Sie Solidarität und Gerechtigkeit gegenüber Ihren Berührungsgruppen¹?

Selbstverständlich halten wir selbst alle gesetzlichen Vorgaben ein und gehen bei den meisten darüber hinaus.

Hinweise

Aspekte von Solidarität und Gerechtigkeit können sein:

- Faire Zahlungs- und Lieferbedingungen
- Kollegiale Zusammenarbeit mit Mit-Unternehmen, Unterstützung in Notsituationen
- Bedürfnisse von Kund*innen erkennen, keine zusätzlichen Bedürfnisse wecken
- Keine Steuervermeidung
- Freiwillige Beiträge für das Gemeinwesen

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Lebensart Magazin

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT in der Zulieferkette

- Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrem Unternehmen? Werden in Ihrem Unternehmen erneuerbare Energien, nachhaltige Rohstoffe, Clean-Tech-Technologien und ähnliches eingesetzt? Wird auf gewisse umweltschädliche Produkte/Dienstleistungen explizit verzichtet?

100 % Ökostrom im Büro, Bio- und FairtradeProdukte. Umweltfreundliche Reinigung.
Sparsamer Umgang mit Ressourcen (das Papier unserer Magazine ist so dünn wie möglich)
fsc/Umweltzeichen-Zertifizierung
50% CO₂ neutraler Vertrieb

- Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrer Zulieferkette?

Papierherstellung (Waldbewirtschaftung)
Vertrieb (CO₂)

- Durch welche Maßnahmen fordern und fördern Sie eine Reduktion ökologischer Auswirkungen bei Ihren Lieferant*innen und in deren gesamten Zulieferkette? Wie unterscheiden Sie sich hierbei von Ihren Mitbewerber*innen?

Wie fördern? Siehe Antwort oben.

Unterschied zu MitbewerberInnen: wir sind konsequent – Nachhaltigkeit zieht sich durch alle Prozesse. Nicht nur ökologisch (siehe oben), sondern auch im fairen Umgang mit AbonnentInnen (keine Kündigungsfrist) bis hin zur Beschränkung von Werbeeinschaltungen (Unternehmen/Produkte, die der Nachhaltigkeit widersprechen dürfen nicht inserieren).

Hinweise

Um die ökologischen Auswirkungen einschätzen zu können sind folgende Informationen relevant:

- Art der verwendeten Rohstoffe und Materialien (z.B. Metalle, Erze, Kunststoff)
- Art der verbrauchten Energie (z.B. Diesel, Strom aus erneuerbaren Energien)
- Emissionen (z.B. Lärm, CO₂, Licht)
- Technologie in der Produktion
- ökologischer Fussabdruck des Unternehmens

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Lebensart Magazin

TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG in der Zulieferkette

- Wie leben Sie die Werte Transparenz und Mitentscheidung in Ihrem Unternehmen?

Wir sind ein 5-Mensch-Büro. Hier ist alles transparent.

Entscheidungen im eigenen Bereich treffen die Mitarbeiterinnen selbst.

Entscheidungen darüber hinaus werden – so sie die Mitarbeiterinnen betreffen – selbstverständlich mit ihnen diskutiert und entschieden.

- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Zulieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Transparenz und Mitbestimmung durch Ihre Lieferant*innen (z.B. Bekämpfung von Betriebsräten und Gewerkschaften)?

Verstöße kamen bei unseren Lieferanten bislang nicht vor.

- Haben Sie einen Überblick darüber welche Themen und welche Ihrer Entscheidungen Ihre Lieferant*innen betreffen? Inwiefern verfügen Ihre Lieferant*innen über die Möglichkeit, bei relevanten Themen in Ihrem Unternehmen mitzuzentscheiden?

Wenn wir unsere Lieferanten in diese Entscheidungen nicht einbinden würden könnten wir „uns brausen gehen“ wie man so schön österreichisch sagt.

- Inwiefern fordern Sie von Ihren Lieferant*innen, dass diese Transparenz und Mitbestimmung gegenüber deren Berührungsgruppen leben? Inwiefern wählen Sie Ihre Lieferant*innen bereits nach diesen Kriterien aus?

Wir wählen LieferantInnen aus, die so ticken wie wir, denen Nachhaltigkeit ein Anliegen ist.

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette – Frühwirth

MENSCHENWÜRDE in der Zulieferkette

- **Auf welche Aspekte der Menschenwürde achten Sie in Ihrem Unternehmen?**

In unserem Unternehmen fühlen wir uns zur umfassenden Achtung der Menschenwürde gegenüber allen Stakeholdern, ob Kunden/KundInnen, Lieferanten oder Kollegen/ Kolleginnen verpflichtet. Ausgangspunkt sind die in Österreich geltenden österreichischen und europäischen Gesetze insbesondere aber nicht eingeschränkt auf Arbeits- und Sozialrecht, bürgerliches Recht und Berufsrecht.

Aufgrund des breiten Themenumfanges dieser Fragestellung konzentrieren wir uns für diese Stellungnahme auf die in den Hinweisen genannten Aspekte:

- physische und psychische Gesundheit förderndes Umfeld (Arbeitsplatzsicherheit, Aus- / Weiterbildung, Wertschätzende Kultur, Erreichbarkeit des Arbeitsumfanges, Gute Work-Life Balance

Generell streben wir langfristige Beschäftigungsverhältnisse an (und leben diese bei Betriebszugehörigkeit von oft mehr als 20 Jahren) und stellen auch sichere Arbeitsplätze in der eher strukturschwachen Region des oberen Traisentals zur Verfügung, wodurch auch wirtschaftliche Impulse ausgehen.

Ziel ist jedenfalls die Auseinandersetzung mit spannenden betriebswirtschaftlichen und unternehmerischen Aspekten der Betriebsführung unserer Kunden und die Lösung komplexer steuerlicher Sachverhalte weit jenseits der stupiden und traditionell gewachsenen Tätigkeiten in Steuerkanzleien. Dieser Fokus auf eine herausfordernde und spannende Gestaltung des Arbeitsalltages unterscheidet uns auch von vielen anderen Mitbewerbern.

Zur Untermauerung dieser These haben wir uns als in unserer Branche führendes Unternehmen auf dem Gebiet der Digitalisierung an einem Projekt beteiligt, das Voraussetzungen und Konsequenzen der Digitalisierung in Steuerberatungskanzleien mit Fokus auf Mitarbeiterperspektive untersucht.

Das Projekt wurde von Frau Martina Hausmann, MSc im Rahmen ihrer Masterthesis „KMU im Zeitalter der Digitalisierung – Chancen und Risiken des Digital Leadership in Steuerberatungskanzleien“ an der FH Wien, betreut von Dipl. Päd. Susanne Czachs, MA , abgefasst. Den zentralen Schlussfolgerungen können wir uns an dieser Stelle gerne anschließen:

Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eröffnen sich daher neue Möglichkeiten, die Selbstinitiative, Spaß und Kreativität fordern und fördern. Die Individualität jeder einzelnen und jedes einzelnen wird im Zuge der digitalen Transformation in den Fokus gerückt, das Wir-Gefühl gestärkt und dadurch auch eine angenehme Arbeitsumgebung geschaffen. [...]

Die Chance des lebenslangen Lernens wird oft als Risiko empfunden. Anders zeichnet sich dieses Bild jedoch in der Branche der Steuerberaterinnen und Steuerberater. Hier ist lebenslanges Lernen bereits gelebte Theorie, aufgrund der laufenden gesetzlichen Änderungen und die damit verbundenen Weiterbildungserfordernisse. Auch die Informationsüberflutung aufgrund der höheren Datenmengen wird in Steuerberatungskanzleien weniger auf die Digitalisierung wie auf die Änderungen der gesetzlichen Rahmenbedingungen zurückgeführt. [...]

Da die einfacheren Tätigkeiten von Maschinen übernommen werden, wandelt sich auch das Anforderungsprofil der bestehenden wie auch der potentiellen neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter [...]. Die klare Kommunikation der digitalen Vision wie auch die Definition der Unternehmensziele aber auch die Vereinbarung der individuellen Ziele jeder Mitarbeiterin und jedes Mitarbeiters gibt Sicherheit und dokumentiert die persönliche Weiterentwicklung. [...]

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette - Frühwirth

Die Schnelligkeit wie auch die Komplexität des digitalen Zeitalters setzen jedoch die Innovationsfähigkeit voraus, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Weiterbildung wird in Steuerberatungskanzleien ohnehin große Bedeutung zugemessen, umso essentieller wird es, das analytische Denken und die Kreativität der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu schärfen, um eine Vielfalt an Problemlösungsstrategien entwickeln zu können. Darüber hinaus wird es zukünftig eminent sein das Bewusstsein für Employer Branding zu schaffen, um die Attraktivität der Kanzlei für technikaffines Fachpersonal zu erhöhen.

- gute Work-Life Balance
Die Work Life Balance wird in unserem Unternehmen durch eine strikte Trennung von Privatzeit und beruflicher Zeit jedenfalls soweit vollzogen, als dies in einem ländlichen Umfeld möglich ist. Die wöchentliche Normalarbeitszeit wird eingehalten; nach Verlassen des Büros werden keine Mails oder Telefonate beantwortet, sodass diese Zeit ganz privat ist.
- Förderung der Gleichberechtigung
Aspekte der Entlohnungshöhe sind nicht nach Geschlecht oder Alter, Religion oder sonstigen unsachlichen Maßstäben festgemacht. Frei nach dem Motto gleicher Lohn für gleiche Arbeit orientiert sich die Entlohnung an den Kriterien Ausbildung, Verantwortlichkeit, Selbstverantwortliche Lösungskompetenz und Branchenexpertise.

Bei bestehenden flachen Hierarchien bestehen außerdem gleiche Aufstiegsmöglichkeiten, die sich in einem kleinen Unternehmen vorrangig durch Spezialisierung kennzeichnen. Die Hierarchien ergeben sich durch gesetzliche Befugnisbeschränkung und ein nach berufsrechtlichen Grundsätzen organisiertes und zu einem umfassenden Qualitätssicherungsinstrument weiterentwickeltes Internes Kontroll System zur Sicherung der Ergebnisse unserer Unternehmenstätigkeit (beispielsweise ist die Zeichnung eines Bestätigungsvermerks gesetzlich Wirtschaftsprüfern vorbehalten, was bei Einsatz von Personal eine entsprechende Kontroll- und Weisungsbefugnis bedingt).

- **Inwiefern fordern und fördern Sie diese bei der Auswahl Ihrer Lieferant*innen, um menschenwürdige Bedingungen in Ihrer eigenen Zulieferkette zu garantieren?**
Die 10 für unser Unternehmen wichtigsten Lieferanten zeichnen sich entweder durch einen besonders starken Regionalbezug oder eine besonders hohe Produkt- bzw. Servicequalität aus und umfassen zusammen mehr als 80% unseres Zuliefervolumens. Diese direkten Lieferanten sind persönlich bekannt und passen zur Unternehmensphilosophie von Frühwirth.

Hinweise:

Aspekte der Menschenwürde können sein:

- physische und psychische Gesundheit förderndes Umfeld (Arbeitsplatzsicherheit, Aus- / Weiterbildung, Wertschätzende Kultur, Erreichbarkeit des Arbeitsumfanges, Gute Work-Life Balance)
- gute Work-Life Balance (Arbeitszeit, Flexibilität)
- Förderung der Gleichberechtigung

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette - Frühwirth

SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT in der Zulieferkette

- **Wie sorgen Sie für faire Geschäftsbeziehungen, insbesondere für faire Zahlungs- und Lieferbedingungen?**

Hinsichtlich unserer Geschäftsbeziehungen zu Lieferanten akzeptieren wir ausnahmslos die vom Lieferanten vorgeschlagenen Zahlungsziele und stellen durch Einrichtung eines entsprechenden Rechnungswesen Systems sicher, dass die Zahlungsfristen eingehalten werden.

Alle Gehälter sowie Steuern und Abgaben werden und wurden in der Vergangenheit stets pünktlich ausbezahlt.

- **Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Lieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Solidarität und Gerechtigkeit (z.B. Nichteinhaltung von Living Wages)?**

Aufgrund der langjährig bestehenden und sorgfältig ausgewählten Geschäftsbeziehungen unterliegen derartige Risiken einem hohen Entdeckungsrisiko. Verstöße haben selbstverständlich umgehend eine Einstellung der Geschäftsbeziehung zur Folge.

Hinsichtlich der weiter gedachten Lieferkette, die bis zur Quelle bzw. zum Hersteller reicht, orientieren wir in unserem Konsumverhalten kritisch auf Basis der Verfolgung breiter aber auch facheinschlägiger Medienberichterstattung. Dabei verfolgen wir das Ziel möglichst regionale Hersteller zu favorisieren bzw. in hochwertige Produkte mit entsprechend unterstellter langfristiger Nutzungsdauer zu investieren (zB bei der Anschaffung von EDV Hardware).

- **Wie leben Sie Solidarität und Gerechtigkeit gegenüber Ihren Berührungsgruppen¹?**

Als Steuerberater sind wir gerade bestrebt, Steuervermeidungsstrategien zu verhindern, sondern vielmehr Steuerplanung und Steuergestaltung bei entsprechender Steuerehrlichkeit im Rahmen des gesetzlich zulässigen Rahmens voranzutreiben. Wie auch verfassungsgesetzlich abgesichert, ist es ein wesentliches Grundrecht von Bürgern/ Bürgerinnen und Unternehmen sich gegen einen Eingriff in die Eigentumsfreiheit durch Besteuerung mit legalen Mitteln und durch Beiziehung von Expertise zur Wehr zu setzen (vgl. Argumentation des Verfassungsgerichtshofes zur Absetzbarkeit von Sonderausgaben). Neben einer auf Service angelegten Tätigkeit (bspw. Rechnungswesen Dienstleistungen) kommen wir so auch dieser Grundrechtsschutzfunktion, etwa durch Vertretung von Parteien in Finanzstrafverfahren nach.

In dieser Funktion leisten wir auch etwa durch Pro Bono Aufträge freiwillige Beiträge für das Gemeinwesen oder unterstützen durch direkte Zuwendungen meist lokale Projekte. Gerne beteiligen wir uns aber auch an breiteren Initiativen, wie etwa an jener zur Gründung einer Bank für Gemeinwohl.

Hinweise

Aspekte von Solidarität und Gerechtigkeit können sein:

- Faire Zahlungs- und Lieferbedingungen
- Kollegiale Zusammenarbeit mit Mit-Unternehmen, Unterstützung in Notsituationen
- Bedürfnisse von Kund*innen erkennen, keine zusätzlichen Bedürfnisse wecken
- Keine Steuervermeidung
- Freiwillige Beiträge für das Gemeinwesen

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette - Frühwirth

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT in der Zulieferkette

- **Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrem Unternehmen? Werden in Ihrem Unternehmen erneuerbare Energien, nachhaltige Rohstoffe, Clean-Tech-Technologien und ähnliches eingesetzt? Wird auf gewisse umweltschädliche Produkte/Dienstleistungen explizit verzichtet?**

Ressourcen sparen, die immer teurer werden. Gerüstet sein für gesetzliche Auflagen, die immer strikter werden. Eine Lebensqualität bewahren, die immer wertvoller wird. Unseren Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz zu leisten ist im Sinne der Nachhaltigkeit selbstverständlich. Das Motto „Leben im Grünen“ fasst nicht nur unsere Einsicht in diesem Bereich zusammen, sondern kann auch drei Initiativen vorangestellt werden, die uns als Beitrag angemessen erscheinen:

Ökomanagement implementieren:

Mit dem Ziel ressourcenschonend zu arbeiten und Abfall zu minimieren haben wir über die Initiative Ökomanagement Niederösterreich bereits im Jahr 2010 Maßnahmen zum Umwelt- und Klimaschutz umgesetzt.

Ergebnis ist ein ganzheitliches und im Jahr 2016 zuletzt adaptiertes Abfallvermeidungskonzept, das negative Einwirkungen auf unsere Lebensumgebung - von Schmutz bis hin zu Problemmüll - verhindert. Durch Umsetzung einer Reihe von Einzelmaßnahmen konnten sehenswerte Resultate erreicht werden. Die Initiative des papierlosen Büros kann als Beispiel dienen: Profitieren durch neu gedachte Prozesse.

Ökologisch nachhaltig bauen und leben:

Im Jahr 2009 haben wir am Standort St.Pölten ein neues Bürogebäude errichtet. Auf der grünen Wiese bauen heißt in die Zukunft investieren und bleibende Werte schaffen. Ein nachhaltiger Umgang mit der Natur und das Erhalten der grünen Wiese standen im Mittelpunkt unserer Überlegungen.

Zur Heizung und Kühlung des gut gedämmten Gebäudes nutzen wir das reichlich vorhandene Grundwasser. Ein Entnahmehrunden führt der Wärmepumpe Wasser zu, die es in eine betonkernaktivierte Decke und einen ebensolchen Boden leitet und über einen Schluckbrunnen rückführt. Niedrige laufende Energiekosten aber vor allem für Nutzer angenehme und konstante Temperaturen im Sommer- wie Winter sind die Folge. Allein die Wärmepumpe verringert den Ausstoß von CO₂ um rund 7,5 Tonnen pro Jahr.

Großzügige Fenster zum Innenhof laden zur Nutzung von natürlichem Licht ein. dämmfähige und sparsame Beleuchtungssysteme werden über Lichtfühler gesteuert und ergänzen lediglich das Tageslicht. Das Gebäude umringt einen Grünbereich, in dessen Mitte ein Baum angenehmen Schatten spendet und für eine positive Atmosphäre sorgt.

- **Was sind die wesentlichen ökologischen Auswirkungen in Ihrer Zulieferkette?**

Papierloses Büro ermöglicht kurze Wege:

Als Dienstleistungsbetrieb werden uns vor allem Informationen unserer Kunden zur Verarbeitung zur Verfügung gestellt. Standortunabhängig und ressourcenschonend zu arbeiten heißt auch papierlos zu arbeiten. Während wir früher zwischen Rechnungen und Auswertungen, endlosen Papierstapeln und Aktenordnern Platz finden mussten, leben wir heute weitgehend ohne Papier.

Beim Einsatz von Informationstechnologie und bei der Anpassung von Prozessen beziehen wir auch gerne unsere Kundinnen und Kunden mit ein und geben erworbenes Wissen weiter. So freuen wir uns über jede Art des elektronischen Datenaustausches und der Kommunikation. Das spart nicht nur Papier, sondern auch weite Wege.

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette - Frühwirth

Papierlos zu arbeiten heißt nicht nur einen Beitrag für die Umwelt zu leisten, sondern auch produktiver zu sein.

- Durch welche Maßnahmen fordern und fördern Sie eine Reduktion ökologischer Auswirkungen bei Ihren Lieferant*innen und in deren gesamten Zulieferkette? Wie unterscheiden Sie sich hierbei von Ihren Mitbewerber*innen?

Vgl. Ausführungen zu wesentlichen ökologischen Auswirkungen in der Zulieferkette. Hier haben wir uns im Hinblick auf Digitalisierung und Automatisierung eine entsprechende Vorreiterrolle jedenfalls für den österreichischen Markt gesichert.

Hinweise

Um die ökologischen Auswirkungen einschätzen zu können sind folgende Informationen relevant:

- Art der verwendeten Rohstoffe und Materialien (z.B. Metalle, Erze, Kunststoff)
- Art der verbrauchten Energie (z.B. Diesel, Strom aus erneuerbaren Energien)
- Emissionen (z.B. Lärm, CO₂, Licht)
- Technologie in der Produktion
- ökologischer Fussabdruck des Unternehmens

ANHÄNGE

Anhang Fragen Zulieferkette - Frühwirth

TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG in der Zulieferkette

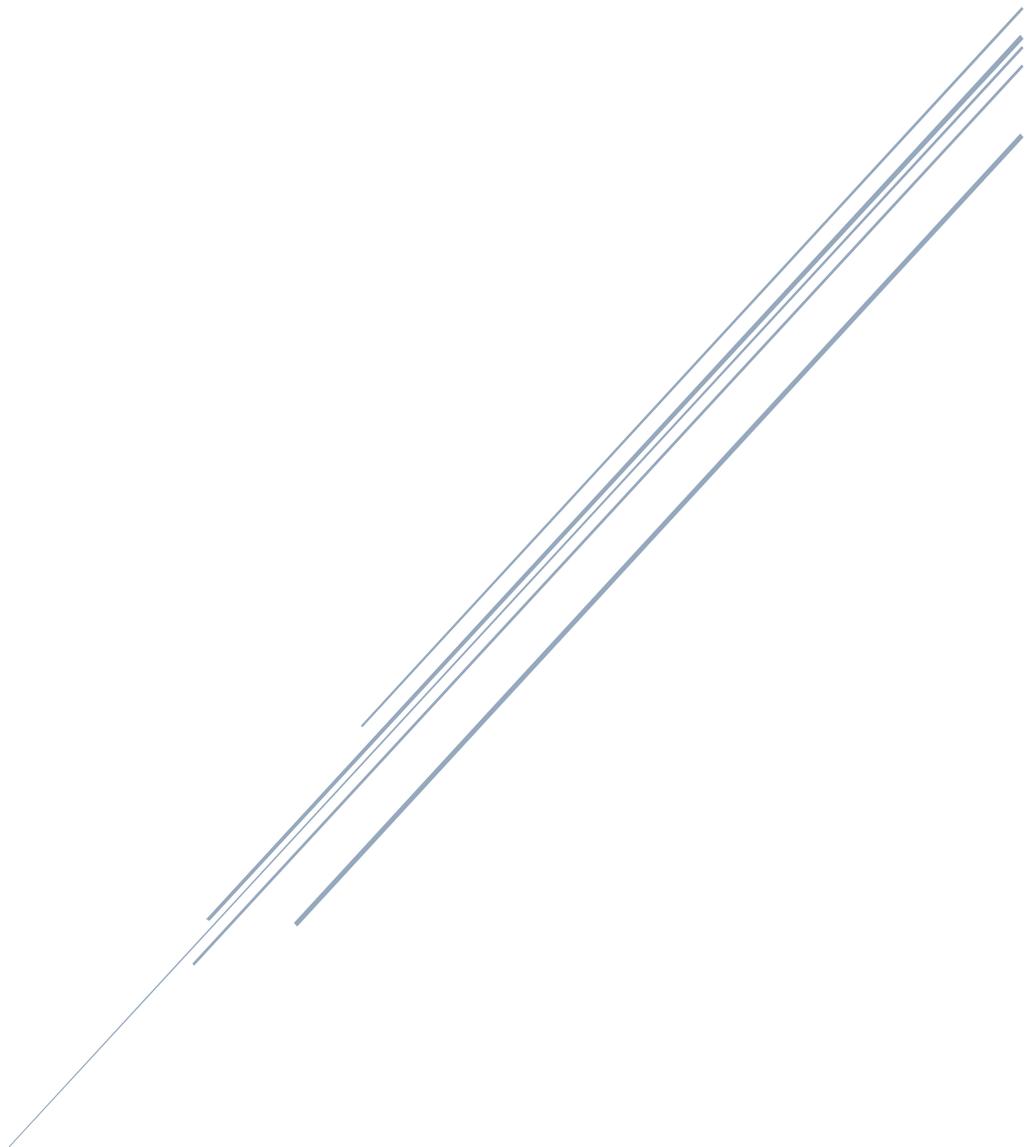
- Wie leben Sie die Werte Transparenz und Mitentscheidung in Ihrem Unternehmen?
Werte wie Transparenz und Mitbestimmung treten in unserem Unternehmen ganz klar hinter das Erfordernis der beruflichen Verschwiegenheit in allen kundenbezogenen Dimensionen zurück. Von Zuliefer*innen vorgeschlagene Ansätze hinsichtlich einer positiven Entwicklung in den Bereichen Digitalisierung, Compliance und Nachhaltigkeit werden von uns aufgegriffen und weiterentwickelt.
- Inwiefern evaluieren Sie Risiken in Ihrer Zulieferkette und sanktionieren Sie Verstöße gegen die Werte Transparenz und Mitbestimmung durch Ihre Lieferant*innen (z.B. Bekämpfung von Betriebsräten und Gewerkschaften)?
vgl. Ausführungen zur Solidarität und Gerechtigkeit.
- Haben Sie einen Überblick darüber welche Themen und welche Ihrer Entscheidungen Ihre Lieferant*innen betreffen? Inwiefern verfügen Ihre Lieferant*innen über die Möglichkeit, bei relevanten Themen in Ihrem Unternehmen mitzuzentscheiden?
Die Expertise von Lieferant*innen etwa im Bereich Datenschutz fließt bei Erbringung digitaler Services in unseren Arbeitsprozess mit ein. Darüber hinaus treten Werte wie Transparenz und Mitbestimmung in unserem Unternehmen ganz klar hinter das Erfordernis der beruflichen Verschwiegenheit in allen kundenbezogenen Dimensionen zurück.
- Inwiefern fordern Sie von Ihren Lieferant*innen, dass diese Transparenz und Mitbestimmung gegenüber deren Berührungsgruppen* leben? Inwiefern wählen Sie Ihre Lieferant*innen bereits nach diesen Kriterien aus?
vgl. Ausführungen zur Solidarität und Gerechtigkeit.

ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

AUSWERTUNG

Ergebnisdarstellung



ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

Inhalt

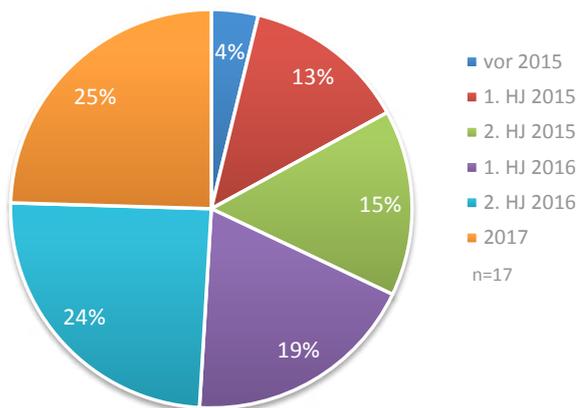
1. Allgemeines.....	2
2. Wie wurden unsere Werte in der Praxis gelebt?	4
3. Nutzung interner Kommunikationsformen.....	6
4. Wie sicher hast du dich gefühlt, Themen offen und ehrlich anzusprechen?	8
5. Wie hast du den Umgang der Mitwirkenden untereinander erlebt?	9
6. Stimmigkeit des Verhältnisses von deiner Arbeitsleistung und dem, was du im Gegenzug erhalten hast?.....	12
7. Wie hast du den Umgang mit Ressourcen erlebt?.....	14
8. Die Effektivität und die Effizienz unserer Entscheidungsprozesse.....	15
9. Beeinflussung der persönlichen Lebensweise in Bezug auf Nachhaltigkeit durch die Unternehmenskultur	17
10. Erfüllung des Informationsbedürfnisses.....	19
11. Verkehrsmittelnutzung	20

ANHÄNGE

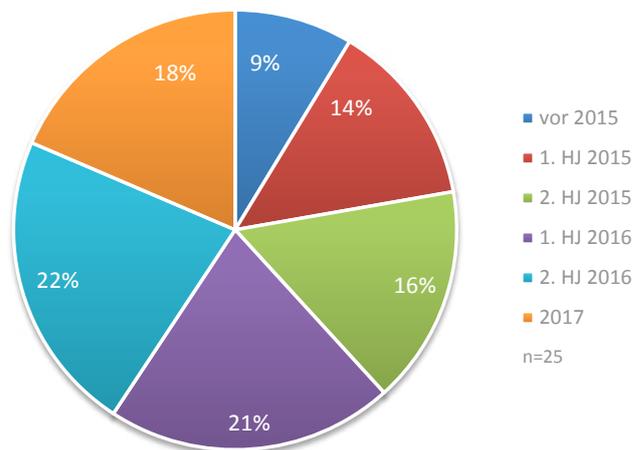
Anhang Befragung Mitarbeitende

1. Allgemeines

Angestellte im Zeitverlauf



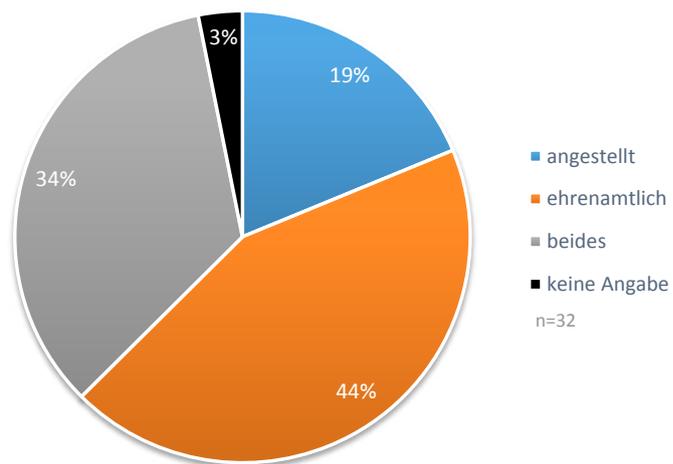
Ehrenamtliche im Zeitverlauf



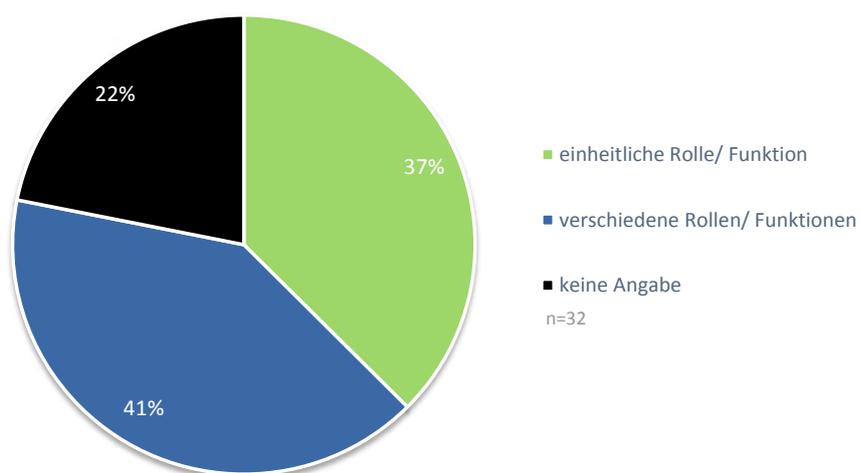
ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

Rollen/Funktion in der GfG



Eingenommene Rollen/Funktionen

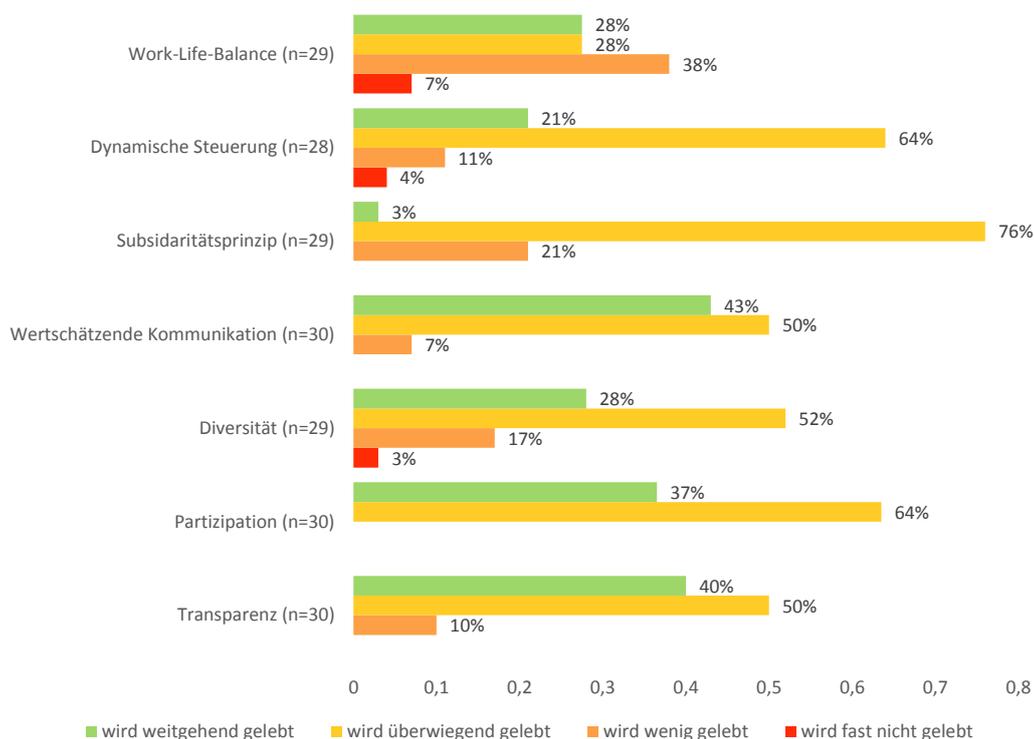


ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

2. Wie wurden unsere Werte in der Praxis gelebt?

2015+2016



Kommentare:

Bei der wertschätzenden Kommunikation habe ich Unterschiede in den Hierarchieebenen wahrgenommen.
Strukturen, die Partizipation ermöglichen, wurden zu wenig gepflegt, entwickelt, stabilisiert; Transparenz leidet unter operativem Druck/Arbeitsaufwand
Wenig bewusste Pflege von "Wertschätzender Kommunikation" - was bedeutet das für uns?
Ein Ausreißer nach unten bzgl. Transparenz war die Entscheidungsfindung zur Weltverbesser-Kampagne 2015/16.
Zu Transparenz: In vielen Fällen weniger ein Problem des „nicht-wollens“ als eines „nicht-könnens“ aufgrund einer chronischen Überlastung der zentralen Personen

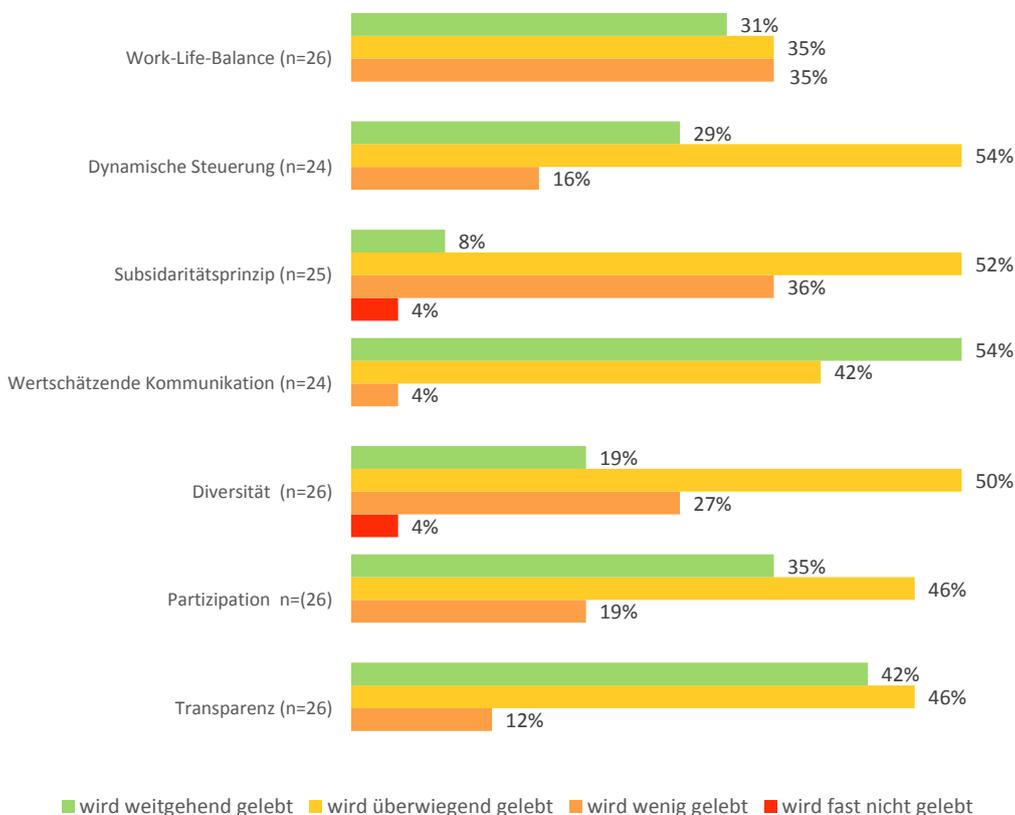
ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

Zu wertschätzende Kommunikation: Ich beziehe mich weniger auf die explizit persönliche oder schriftlich geäußerte Kommunikation als vielmehr auf das, was eben nicht geäußert wurde, was als „Grundhaltung“ in das Wie der Kommunikation eingeflossen ist.

Alle Angaben nur hinsichtlich der ausschließlichen Beteiligung im AT Z&S

Jetzt



Kommentare:

Subsidiaritätsprinzip/Dynamische Steuerung braucht mehr Erklärung → ah der Anhang (sehr hilfreich, aber zu spät)

Einzigster Unterschied zu 15/16 ist bei der Wahrnehmung der Transparenz. Ist für mich gesunken, da scheinbar mehr informell geklärt wird und nirgends nachvollziehbar für andere festgehalten wird.

Selbst zu wenig involviert, aber weiß vom Hörensagen, dass diese Werte viel weniger gelebt werden.

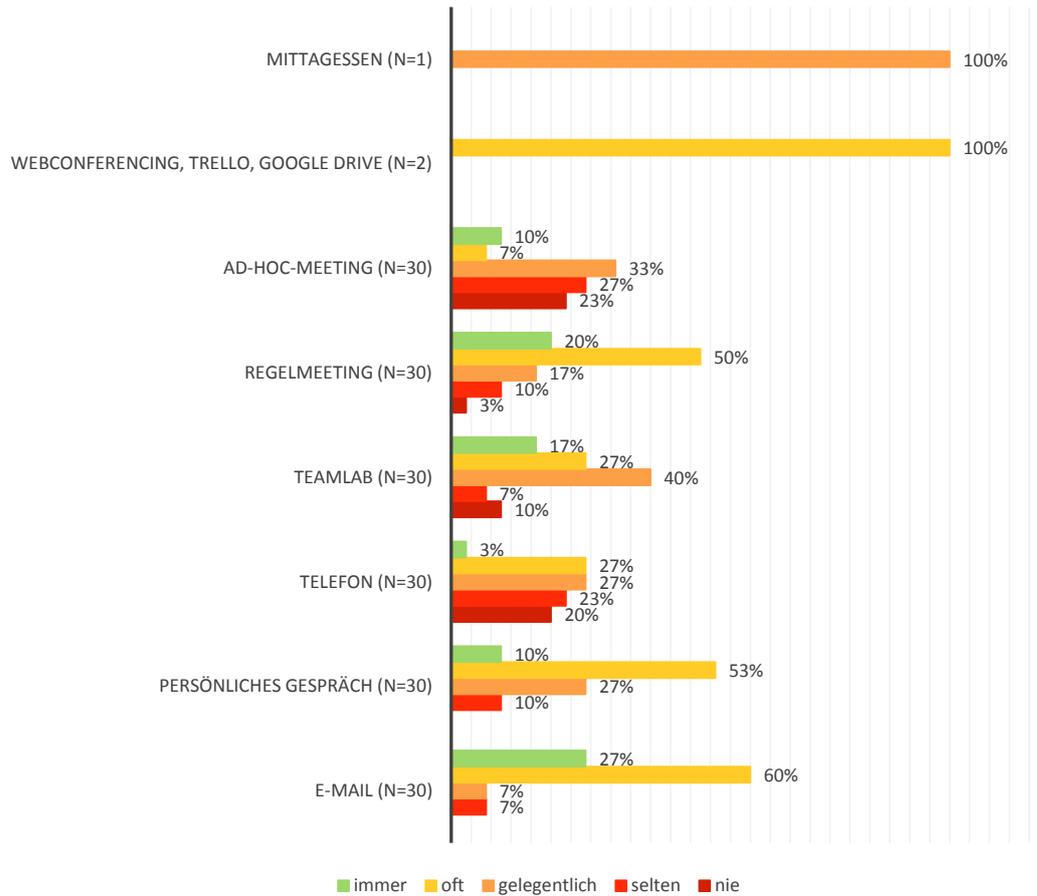
@Wertschätzende Kommunikation: da keine Differenzierung der Ebenen keine Beurteilung, weil es hier in meiner Wahrnehmung verschiedene gelebte Realitäten gibt.

ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

3. Nutzung interner Kommunikationsformen

2015+2016



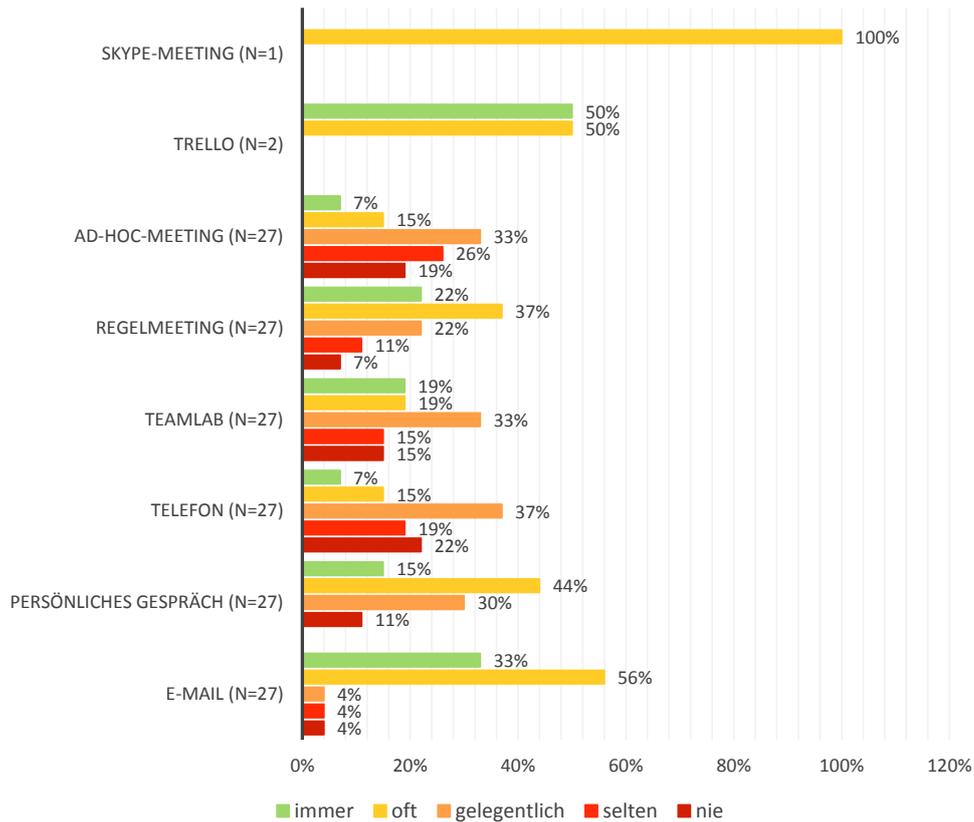
Kommentare:

Eine Vielzahl von digitalen Tools in Verwendung, in den verschiedenen Arbeitsbereichen...Konsolidierung in Zukunft sinnvoll
Meist war es wohl eine Kombination aus den verschiedenen Kommunikationsformen zu einem Thema

ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

Jetzt



Kommentare:

Interne Kommunikation hat sich bei mir persönlich intensiviert, daher (fast) alle Formen tendenziell häufiger

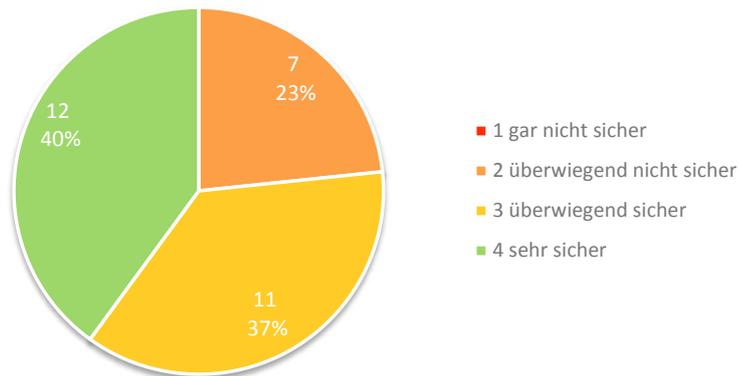
Entwicklung: Ich bin erst seit 2017 Vollzeit angestellt und daher oft im Büro. In der Regionenarbeit (auch erst seit 2017) sind E-Mails und Telefon, Veranstaltungen die wichtigsten Kommunikationskanäle mit den Regionalgruppen – die ich zu „intern“ zähle.

ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

4. Wie sicher hast du dich gefühlt, Themen offen und ehrlich anzusprechen?

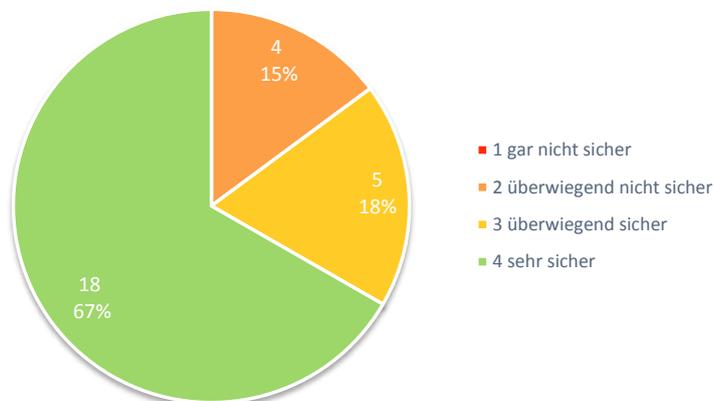
2015+2016



Kommentare:

Als Ehrenamtliche habe ich mich weniger sicher gefühlt als als Angestellte
Phasenweise Eindruck von „Vertrauenskrise“ → siehe Protokoll Hüterin der Vision
Ich hatte da überhaupt keine Angst. Nur hatte ich nicht den Eindruck, dass es gewirkt hat.
Im Laufe der Zeit immer unsicherer
Wäre sonst nicht authentisch gewesen – und im Projekt wurde damals auch die offene Ansprache von Themen sehr gefördert.

Jetzt



ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

Kommentare:

„Vertrauen“ wurde in Führungsgremien als relevantes Thema aufgegriffen – Maßnahmen gesetzt
Dissidente Meinungen werden offenbar in der Genossenschaft inzwischen nicht gerne gehört

5. Wie hast du den Umgang der Mitwirkenden untereinander erlebt?

2015+2016

Unterschiedlich je nach Hierarchieebene – z.B. wurden Miss-/Erfolge einer Gruppe „von oben“ eher Einzelpersonen zugesprochen. Teile vom Vorstand und Aufsichtsrat haben für mich sehr „zerstritten“ gewirkt. Auf Teamebene habe ich den Umgang zwischen Ehrenamtlichen, Angestellten und Regionalgruppen als sehr angenehm und wertschätzend erlebt
In Gruppe bzw. in Meetings respektvoller Umgang, in Einzelgesprächen keine Ahnung
Konflikte gab es bei mir im Team auch, diese wurden offen ausgetragen, was ich gut empfunden habe. Mein Eindruck vom Büro generell war, dass alle sehr auf die Arbeit konzentriert waren, was verständlich ist. Von Erfolgen habe ich nicht so viel mitbekommen.
Sehr unterschiedlich- keine „einheitliche Kultur“; „Führung“ war unklar - das hat teilweise zu Rückfall in alte Muster (weg vom Grundgedanken der Soziokratie) geführt.
Eindruck von oft zu wenig Wertschätzung und Begleitung für Ehrenamtliche (z.B. kein aktives Angebot zur Erstattung der Fahrtkosten); teilweise (gefühlte) unfaire Behandlung von sehr engagierten Mitarbeiter*innen/Aktiven, die nicht Erwartungen entsprechen; oft zu niedrige Einstufung/Bezahlung und vielleicht auch unbewusstes Ausnützen des Engagements in manchen Bereichen; sehr freundschaftlicher und kollegialer Umgang und guter Zusammenhalt im Team. Der Eindruck ist, dass Arbeit in den Bundesländern zu wenig gewürdigt bzw. abgekapselt von Wien gesehen wird.
Ich hatte das Gefühl, sehr vorsichtig sein zu müssen. Zweifel anmelden kam nicht gut an.
In den meisten Fällen wurden Konflikte sehr offen und konstruktiv ausgetragen, der Umgang war meistens wertschätzend. Vereinzelt wurden aber persönliche Vorbehalte ohne erkennbare Argumentation durchgesetzt und wertvolle/engagierte Mitstreiter verprellt oder ins Abseits gestellt.
Eher direkt und stark emotional
Konflikte wurden sehr selten offen thematisiert, nur wenn's gar nicht mehr anders geht werden unterschiedliche Positionen genauer angeschaut; Erfolge wurden zu wenig gewürdigt
Kommunikation durch die Struktur sehr zeitaufwendig, schnelle Entscheidungen sind oft dadurch behindert
Transparent, nachvollziehbar, offen, wertschätzend
Immer wertschätzend + transparent
Unbewusster als ich mir das wünschen würde
Sehr bemüht und wertschätzend (daher manchmal zeitraubend und für manche auch mühsam) – für mich zielführend
Schwierig bis gar nicht

9

ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

Interne Diskussionen über Relaunch der Kampagnen nicht gerade von Wertschätzung geprägt
Mittel
Nur wieder aus der eingeschränkten Sicht in der Arbeit im AT Z&S: Natürlich „menschelt“ es in Menschengruppen. Allerdings sind sich die Beteiligten dessen bewusst und sind entsprechend achtsam. Immer wieder wirken (unterschiedliche) Einzelne als ausgleichende Pole.
Konflikt US vs AR war mühsam und kräftezehrend
Mitunter schwierig, wenn auch eher bei anderen
Prinzipiell meist sehr wertschätzend, mit der Zunahme des Drucks beim Geldsammeln der Kampagne kam es allerdings teilweise zu Konflikten die im Abgang von Christine T. gipfelten.
Konfliktverhalten: sehr gut; Selbstkritik: kaum vorhanden; Erfolge: anerkannt und wertgeschätzt; Führung: sehr menschenorientiert
Unter den MA weitgehend sehr um wertschätzenden Umgang und die entsprechende Kommunikation bemüht; von Seiten der Vorstände weniger
Sehr wertschätzend und behutsam
Erfolge werden wenig gelobt/gefeiert; Konflikte werden nur teilweise gelöst und eher unter den Tisch gekehrt; RGs werden wenig in Entscheidungen miteinbezogen
Im Laufe der Zeit habe ich den Umgang miteinander als weniger offen, unvoreingenommen, ehrlich und wertschätzend empfunden. Aus meiner Sicht haben hierzu v.a. zwei Faktoren stark beigetragen: Zum einen die immer angespanntere (finanzielle und Kampagnen-) Situation, durch welche die handelnden Personen einerseits chronisch überlastet waren, andererseits immer weniger willens waren, unsere angestrebte Kultur auch zu leben (was halt oftmals etwas anstrengender empfunden wird, weil man auch viel an sich selbst arbeiten muss) und stattdessen in aus anderen Kontexten „altbewährte“ Muster fielen. Der andere Faktor: Aus meiner Sicht ist es bisher nicht gelungen, kontinuierlich eine Atmosphäre zu leben, wo echtes Interesse am/an der bzw. wirkliches zu-verstehen-suchen des/der Anderen überwiegt gegenüber der Tendenz, eigene Annahmen in die andere Person hineinzuzinterpretieren und zugleich ein Urteil (manchmal eine Verurteilung) zu fällen. Dies war selbst (teilweise) bei der Diskussion auf Teamlab über diese Befragung spürbar. (Auch wenn ich fairerweise dazu sagen muss, dass teilweise auch das Gegenteil spürbar war.) Das Thema ist zu weit, als dass ich es hier ausreichend behandeln könnte. Bei Bedarf stehe ich gerne für Nachfragen zur Verfügung.)
Es wurden alle individuellen und persönlichen Meinungen bzw. Ideen respektiert und bestmöglichst umgesetzt. Daraus resultierend wurden Konflikte immer so gelöst, dass alle zufrieden waren.
Konflikte wurden offen angesprochen. Allerdings war es – jetzt aus Sicht des Vorstandes – oft schwierig zu erraten, was insbesondere Ehrenamtliche erwarten, welche Bedürfnisse sie haben, da wurden Konflikte oft nicht direkt angesprochen.

Jetzt

Wertschätzend
Aufsichtsrat und Vorstand erscheinen jetzt sehr harmonisch; Umgangs zw. Wien und Regionalgruppen hat sich verschlechtert
Innerhalb der Teams finde ich den Umgang eigentlich sehr positiv; leichtes Gefühl, dass Arbeit von den Ehrenamtlichen weniger geschätzt wird
In Gruppe bzw. in Meetings respektvoller Umgang, in Einzelgesprächen keine Ahnung

ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

Das Thema wird immer noch zu wenig bewusst reflektiert
Koordiniert, freundliche Worte von
Grundsätzlich offenes Wohlfühl-Klima im Team. Personalentscheidungen werden mit zu wenig Empathie getroffen, manche Entscheidungen passieren von oben und ohne Diskussion bzw. Vertrauen in das Team, bei anderen Punkten zu viel Diskussion wg. Kleinigkeiten. Man will anders sein und das wird nach außen kommuniziert, innen wirkt es teilweise anders.
Immer wertschätzend + transparent + noch mehr interne Informationen
Zu geringe Entlohnung mancher Mitarbeiter z.B. oder für viele im Team unverständliche Personalentscheidungen.
Die Kommunikation ist direkter, auch der Stil ist klarer. Für mich ist das so viel angenehmer.
Ich höre nur, dass es nicht offen ausgetragene Konflikte zw. Teilen der Führungsmannschaft gibt, was sich auf weiteren Ebenen auf Projektteams auswirkt. Das Ausschreiben Christians/Roberts dürfte auch damit zusammenhängen.
Generell wenig Kontakt zwischen Regionalgruppen und denen „da oben“
Konflikte werden sehr selten offen thematisiert, nur wenn's gar nicht mehr anders geht werden unterschiedliche Positionen genauer angeschaut
Erfolge werden zu wenig gewürdigt
Transparent, nachvollziehbar, offen, wertschätzend
Unbewusster als ich mir das wünschen würde
Weniger direkt bzw. sichtbar, dafür eher ruhiger
Sehr bemüht und wertschätzend (daher manchmal zeitraubend und für manche auch mühsam) – für mich zielführend
Im heurigen Jahr bis jetzt keine negativen Erfahrungen
Besser
Nur wieder aus der eingeschränkten Sicht in der Arbeit im AT Z&S: Natürlich „menschelt“ es in Menschengruppen. Allerdings sind sich die Beteiligten dessen bewusst und sind entsprechend achtsam. Immer wieder wirken (unterschiedliche) Einzelne als ausgleichende Pole.
Es gibt weniger Konflikte, US und AR arbeiten Hand in Hand
Konflikt XXX (unleserlich, Ipun?) durch Mediation gelöst → positiv
Mitunter schwierig
Der Druck ist nicht kleiner geworden, die Zahlen „stimmen nicht“. Im Zuge der Übernahme von Fritz als Vorstand der AK Kampagne ist der Umgang mit diversen Menschen im Projekt nicht besser geworden. In den Arbeitsteams ist der Umgang miteinander meistens „trotzdem“ gut.
Konfliktverhalten: sehr gut; Selbstkritik: kaum vorhanden; Erfolge: anerkannt und wertgeschätzt; Führung: sehr menschenorientiert
Unter den MA weitgehend sehr um wertschätzenden Umgang und die entsprechende Kommunikation bemüht; das Agieren der Vorstände wirkt wie ein „Entfernen“ kritischer MitarbeiterInnen
Sehr wertschätzend und behutsam
Die RGs versucht man jetzt stärker in Entscheidungen miteinzubeziehen; einige Konflikte mit Vorstand und Angestellte sind entstanden

ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

6. Stimmigkeit des Verhältnisses von deiner Arbeitsleistung und dem, was du im Gegenzug erhalten hast?

2015+2016

Als Ehrenamtliche hat es damals ganz gut gepasst, ab und zu wären ein paar lobende Worte nett gewesen, aber ich wusste, dass ich ein Teil von etwas Wichtigem bin
Bestätigung, Sinn JA – Geld, Anerkennung NEIN
Für mich als Ehrenamtliche hat das Verhältnis Arbeitsleistung zu Gegenleistung über den Zeitraum hinweg nicht gestimmt. Anfangs war natürlich Motivation da, aber nach ein paar Monaten hat diese rapide nachgelassen und ich fragte mich schon, wieso ich eigentlich hier Zeit investiere. Rückblickend gesehen hätte ich das viel eher beenden sollen. Also denke ich, hat das Rundherum für mich letztendlich nicht so gepasst. Wenn man Ehrenamtlich tätig ist, darf man sich schon erwarten, gewisse Gegenleistungen zu bekommen. Was meiner Meinung nach in diesem Projekt viel zu kurz kommt. Außer den Soziokratieworkshops (waren super) und dem Arbeitszeugnis (letzteres bekam ich aber nur, weil ich darum gebet habe) gab es keine Gegenleistung. Anerkennung und Wertschätzung habe ich nicht wirklich verspürt. Als dann in die teure Werbekampagne investiert wurde, habe ich mein Engagement ernsthaft hinterfragt, weil für Ehrenamtliche kein Cent ausgegeben wird. Selbst beim groß angekündigten Jour fixe – wo es darum ging, die Arbeit der Ehrenamtlichen wertzuschätzen und gemeinsam zu feiern – sollte man Getränke und Essen selber mitbringen. Ich glaube, dass man mit dieser Einstellung Ehrenamtliche nicht lange an die Organisation bindet, was ja nicht unbedingt Ziel sein muss. Es werden sich immer Menschen finden, die für ein paar Wochen Zeit und Engagement investieren.
Bzgl. Sinnerfüllung war der Kampagnen-Relaunch ein großer Rückschlag. Wenig sorgfältige „Geldsammelaktion“
Entlohnung ok, Leistungsdruck gegeben. Hohe Erwartungen von Null an und wenig Unterstützung.
Anerkennung durch die, mit denen ich direkt zusammengearbeitet habe, gab es schon.
Ja (11x)
Als Angestellter ok, als Ehrenamtlicher Großteils ok, Management der Freiwilligen verbesserungsfähig
Es stimmt für mich, seit die Gesamtprojektkoordination eingestiegen ist (Dez. 2012). Davor wars echt hart
Habe ich nicht gut hingekriegt, viel mehr an Zeit und Energie eingebracht, als mir gut tat, weil mir das Projekt wichtig ist
Nein
Ja, sonst wäre ich nicht mehr dabei
Ehrenamtlich war voll ok, Bezahlung als US für Teilzeit war ok, aber viel mehr Stunden als vereinbart geleistet
Anerkennung gut; Geld wenig, aber Teil meiner bewussten Entscheidung
Geld war nie Antrieb, maximal netter Nebeneffekt. Wertschätzung und Anerkennung habe ich oft erfahren, wichtigstes Motiv für mich aber nach wie vor, etwas zu verändern.
Nicht ganz; ich habe deshalb mit der Regionalgruppenarbeit Ende 2016 aufgehört. Als Referent bin ich zufrieden
Weitgehend
Passt ungefähr, habe auch Anerkennung durch Lob und Danke für meine Arbeit bekommen

12

ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

Im Laufe der Zeit hat es immer weniger gestimmt, und im Laufe von 2016 ist das Verhältnis für mich umgekippt. Einen sehr großen Anteil daran hatte das in Punkt 5 ausgeführte.
Ja, habe den Betrag akzeptiert und dann nicht mehr darüber nachgedacht. Was mir schon aufgefallen ist, dass es bei den MitarbeiterInnen kaum Abstufungen gab. Wenn nur durch die Funktion, aber nicht durch die Leistung ausgelöst.

Jetzt

Ja, sonst wär ich nicht da
Als Angestellte bekomme ich mittlerweile öfter anerkennende Worte, was mich sehr freut. Leider find ich mit meinem Gehalt nicht das Auskommen und kann auch meine Gehaltshöhe in Relation zu anderen nicht nachvollziehen.
Passt
Geld ok, Anerkennung hauptsächlich von außen (Regionalgruppen, persönliches Umfeld). Das Ganze hat immer noch Projektcharakter, was in Ordnung ist, trotzdem sind Kleinigkeiten unangenehm aufgefallen, wie zum Beispiel dass Vorgesetzte ihren Mitarbeitern nicht zum Geburtstag gratulieren, das würde für mich zum guten Umgang und zum wertschätzenden Ton gehören, auch ohne Sekretärin, die einen an solche Dinge erinnert
Durch verschiedene Änderungen habe ich das Gefühl, einiges an sinnlosem Aufwand gehabt zu haben. Die aktuelle Tätigkeit ist sinnvoll und notwendig, aber durch die Umstände erschwert. Anerkennung ist gut.
Ja (7x)
Würde mich gerne mehr einbinden aber es besteht offenbar kein Bedarf
Ja, obwohl: 20-30% mehr Gehalt wären für die Arbeit angebracht, kann aber verstehen, dass eine Anhebung zurzeit nicht drin ist.
Fast schon vorbildlich, genau wie 2015/16
Es fehlt mir ein bisschen an Anerkennung meiner geleisteten Arbeit, weshalb ich auch die Sinnhaftigkeit meiner Tätigkeit etwas in Frage stelle.
Nicht mehr ganz
Ich achte jetzt mehr auf meine Balance
Jetzt noch mehr
Ja, sonst wäre ich nicht mehr dabei
Bezahlung als Vollzeit US ist super
Anerkennung gut; Geld wenig, aber Teil meiner bewussten Entscheidung
Bis auf die „Störung“ atmosphärischer Natur mit Vorstand Fritz fühle ich mich prinzipiell noch immer wohl mit allen Komponenten, allerdings spüre ich zunehmende Abnabelung durch Ausschluss aus Kampagnen-Meetings bzw. auch Informations-Defizite!
Passt das
Nein
Durch neuen Kollektivvertrag ist die Bezahlung etwas besser, jedoch aufs Gesamtprojekt gesehen immer noch nicht ganz gut

ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

7. Wie hast du den Umgang mit Ressourcen erlebt?

2015+2016

Damals wie heute habe ich achtsamen Umgang wahrgenommen (z.B. Büromaterialien etc.); Bezug von Ökostrom finde ich auch positiv
Weiß nicht genau, ich denke gut
Bei den Ehrenamtlichen wurde sehr sparsam umgegangen
War immer gut im Bewusstsein. Wurde von vielen Menschen hochgehalten, hat sich kontinuierlich verbessert
Man war bemüht, halbwegs umweltfreundliche Produkte zu verwenden und vor allem sparsam. Keine wirkliche Mülltrennung
Sehr hohes Niveau
Arbeitsmittelbeschaffung (Notebooks, etc.) unzureichend, private Arbeitsmittel werde von vielen verwendet - eher zu sparsam
Sparsam
Unbewusster als ich mir das gewünscht hätte
Ich wundere mich über die Kaffeekapseln und das Einweggeschirr (Veranstaltungen), die bei uns verwendet werden, weil es nicht so ganz zu uns passt und in meinen Augen nicht notwendig wäre. Abgesehen davon habe ich das Gefühl, dass alle sehr achtsam mit Ressourcen umgehen.
Erscheint mir sparsamer als früher, habe aber keinen Einblick
Schonend
Engagiert mit dem Wissen, dass es noch besser ginge
Sehr sparsam bis verschwenderisch
Vorbildlich – Anna Od hat sich hier immer positiv hervorgetan
Sparsam (und sorgfältig)
Sehr achtsam; Gratulation! Z.B Buttons: Toll
Bewusst bemüht im Rahmen der Möglichkeiten und der gegebenen Umstände
Im Großen und Ganzen wurden die Ressourcen mit Bedacht eingesetzt
Angesichts der Umstände immer ein Spagat, wir bemühen uns alle meines Wissens hier zu optimieren
Bzgl. Reinigungsmaterialien und Lebensmittel: Insgesamt sehr achtsam; bzgl. Arbeitsressourcen: Es gibt Verbesserungspotential ☺ trotz mehrmaliger Hinweise wurde z.B. im Klo das Licht angelassen oder Farb- statt S/W-Drucke gemacht; das Thema Biomülltrennung finde ich in Wien grundsätzlich etwas problematisch
Sehr gut
Als sehr vorsichtig – immer im Focus, dass es sich um Geld von Genossenschaftlern handelt, das da ausgegeben wird und nicht um Erträge unserer Tätigkeit. Einige Projektaktive waren sehr erfolgreich beim Suchen von Sponsoren für bestimmte Ausgaben. Die Einrichtung und Ausstattung der Büroräumlichkeiten waren zum größten Teil Spenden.

Jetzt

Nicht besonders
Damals wie heute habe ich achtsamen Umgang wahrgenommen (z.B. Büromaterialien etc.); Bezug von Ökostrom finde ich auch positiv
Nach Schärfung – besser
Überwiegend gut
Man ist immer noch bemüht und es gibt immer noch keine Mülltrennung.
Ausgezeichnet

14

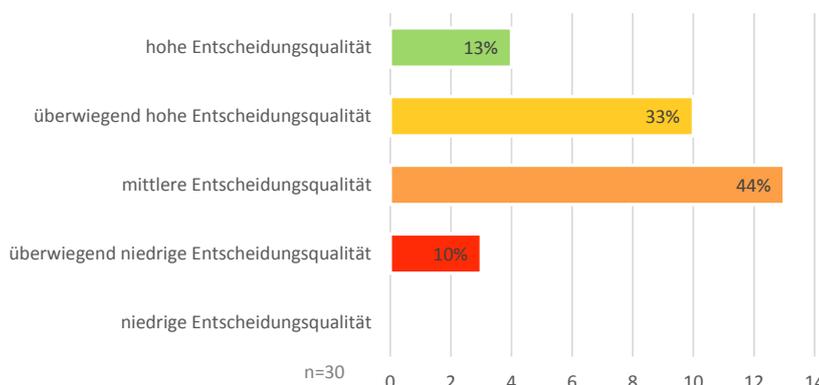
ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

Sparsam
Es bessert sich glaub ich
Ich wundere mich über die Kaffeekapseln und das Einweggeschirr (Veranstaltungen), die bei uns verwendet werden, weil es nicht so ganz zu uns passt und in meinen Augen nicht notwendig wäre. Abgesehen davon habe ich das Gefühl, dass alle sehr achtsam mit Ressourcen umgehen.
Schonend
Engagiert mit dem Wissen, dass es noch besser ginge
Geld wird immer wichtiger, allerdings Bemühen nach wie vor da, soweit ich weiß
Geordneter und sinnvoller als vorher
Vorbildlich
Sparsam (und sorgfältig)
Sehr achtsam; Gratulation! Z.B. Buttons: Toll
Bewusst bemüht im Rahmen der Möglichkeiten und der gegebenen Umstände
Kapselmaschine wurde abgeschafft

8. Die Effektivität und die Effizienz unserer Entscheidungsprozesse

Entscheidungsqualität 2015/2016



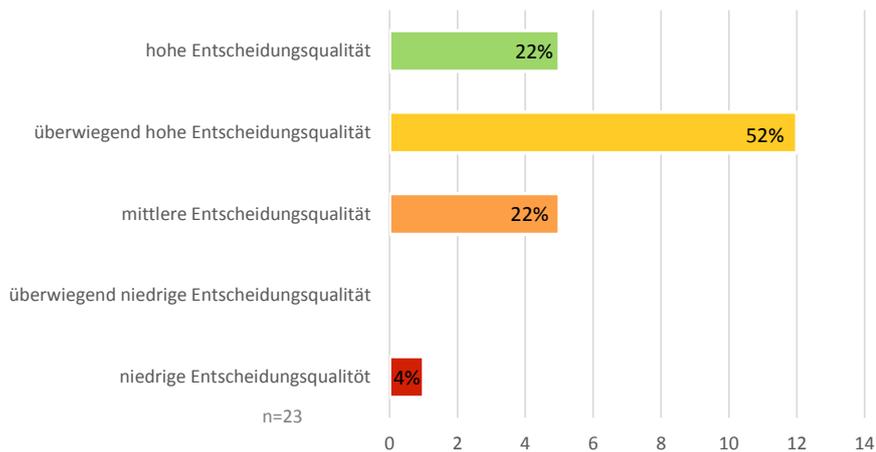
Kommentare:

Die Meetings waren gut vorbereitet, die nötigen Entscheidungen wurden im Zeitrahmen getroffen.
Entscheidungsprozesse insgesamt zu lange und manchmal nicht nachvollziehbar, aber sehr gute Lernkurve.
Man brauchte schon Sitzfleisch
Sehr aufwendige Entscheidungsprozesse, Entscheidungsqualität ok
Kampagnen-Hoppala miteinbezogen
Wieder eingeschränkt aus der Sicht AT Z&S
Kann ich nicht wirklich beurteilen
Die Qualität der Entscheidungen war sehr gut. Der Weg dorthin oft zu mühsam. Soziokratische Entscheidungen brauchen oft zu lange. Aus heutiger Sicht würde ich mehr Entscheidungen im Vorstand treffen – das wäre effizienter.

ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

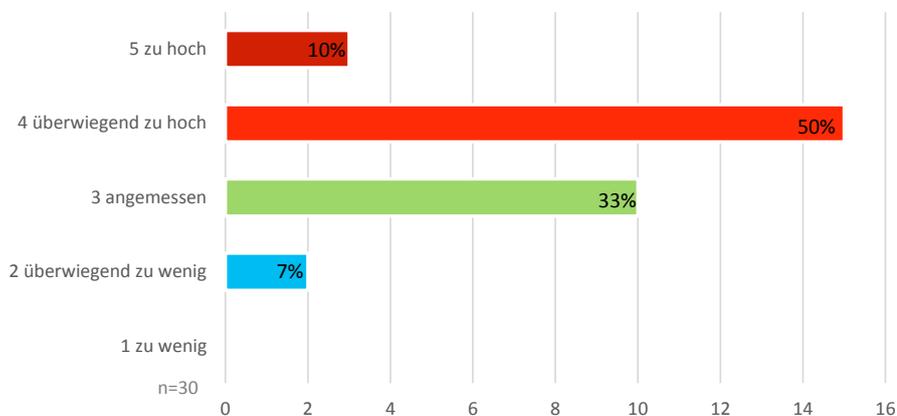
Entscheidungsqualität Jetzt



Kommentare:

Auch wenn Flexibilität nötig ist, kommen gute Entscheidungen zu Stande.
Kein Einblick, aber sieht von außen sehr gut aus. Viele neue Dinge wurden umgesetzt.
Man braucht etwas weniger Sitzfleisch, dafür umso mehr Geduld, weil viele Entscheidungen „weiter oben“ getroffen werden
(Kampagnen-Hoppala miteinbezogen →) das passiert uns jetzt nicht mehr
Allerdings schon länger keine Aussagen/Analysen oder Konsequenzen zu der deutlichen Verfehlung der Zielerreichung (Anzahl Zeichnungen)

Aufwand zur Entscheidungsfindung 2015+2016



ANHÄNGE

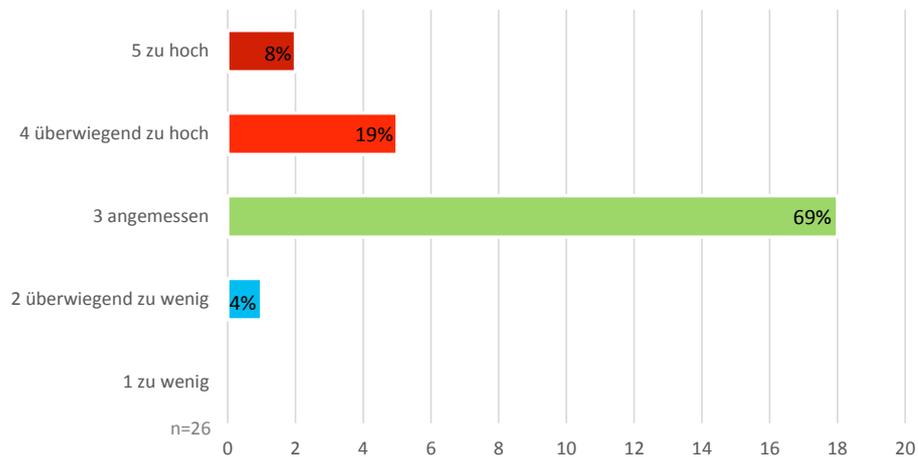
Anhang Befragung Mitarbeitende

Kommentare:

W/Relaunch
Unterschiedlich, tendenziell zu langatmig; grundsätzlich gefallen die soziokratischen Meetings
Hauptproblem waren die vielen Entscheidungen auf einer kaum hinterfragten Grundlage – wie viele Genossenschaftler tatsächlich kommen werden.
Sehr aufwendige Entscheidungsprozesse, Entscheidungsqualität ok
Hoch, wahrscheinlich aber zielführend, jedenfalls interessant, weil neue Wege gesucht werden
Teilweise sehr langwierige Prozesse, um Entscheidungen zu fällen

Aufwand zur Entscheidungsfindung

Jetzt



Kommentare:

Unterschiedlich, tendenziell zu langatmig; grundsätzlich gefallen die soziokratischen Meetings
Find ich schwierig zu beantworten, solange wir nicht gescheitert sind
Hoch, wahrscheinlich aber zielführend, jedenfalls interessant, weil neue Wege gesucht werden

9. Beeinflussung der persönlichen Lebensweise in Bezug auf Nachhaltigkeit durch die Unternehmenskultur

2015+2016

Habe schon zuvor auf nachhaltige Lebensweise Wert gelegt. Es war schön, hier Gleichgesinnte zu finden und es hat mich in der Lebensweise bestärkt

17

ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

Ich habe keine Kapselkaffeemaschine gekauft und werde keine kaufen! Viele kommen mit dem Rad ins Büro
Nachhaltigkeit in Bezug auf Lebensstil bezieht sich für mich auf eine sozial- und ökologisch-gerecht Lebensweise. Mir fällt es hier ehrlich gesagt schwer einen Zusammenhang zur Unternehmenskultur herzustellen. Auch stimmt für mich hier cause-effect in dieser Fragestellung nicht. Wenn, dann habe ich versucht, meine „Nachhaltigkeitswerte“ in die Organisation einzubringen und nicht umgekehrt.
Verstärkt
Noch mehr Achtsamkeit im Kommunikationsstil
Ich fahre gezwungenermaßen öffentlich und gehe, was finanzwirtschaftliche Dinge angeht, aufmerksam durchs Leben.
Hat bestehende Tendenzen verstärkt
Leier noch gar nicht, würde gerne mehr an der gemeinsamen Idee arbeiten, aber seltsamerweise wird einem die Tür verschlossen – das Team bleibt lieber unter sich, beim Flyern darf man helfen.
Eigentlich nicht
Nicht sehr, Nachhaltigkeit immer schon ein Thema. Schwachpunkte der GfG bei system. nachhaltiger Beschaffung inkl. Büroraum
Auseinandersetzungen mit der Soziokratie, systemischen Konsensieren und deren Wirkungsweise
Gar nicht
Ich kaufe mehr nachhaltige neue Produkte statt second hand – weil das schneller geht und es sich mit dem Geld gerade ausgeht, v.a. Seit Vollzeit.. Aber das ist nicht die Kultur. Die Kultur hat mich insofern beeinflusst, dass ich mehr Angebot im Bereich Persönlichkeitsentwicklung annehme. Frauenkreise, pioneers of change, GfK, Rebozo,.. – das wirkt nachhaltig! Geht aber schon seit 2010 so und bin mir nicht sicher, ob ich das nicht sowieso gemacht hätte.
Kaum, da ich schon sehr auf Nachhaltigkeit bedacht war
Nicht
Gar nicht, ich kam mit solchen Perspektiven hierher
Keinen Einfluss
Positiv berstärkt
Gar nicht (3x)
Kaue fast nur noch Bio-Lebensmittel ein
Methode der Soziokratie auch anderwärtig eingesetzt, was positive Änderungen nach sich zog (Kindergruppe)
Wenig, weil mir das schon länger wichtig war. Allerdings konnte ich im Umgang mit Menschen und Entscheidungen einiges lernen.
Sie stärkt mich
Einiges gelernt in Bezug auf Entscheidungen
Nur ein bisschen
Ich würde sagen eher wenig
Es hat definitiv mein schon vorher nachhaltige Lebensweise verstärkt.

Jetzt

Achtsamkeit/Unterstützung im Job gestiegen
--

ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

Habe schon zuvor auf nachhaltige Lebensweise Wert gelegt. Es war schön, hier Gleichgesinnte zu finden und es hat mich in der Lebensweise bestärkt
Anna organisiert GV Nachhaltigkeit top, Theresa achtet auf Einkauf (was, welches, wie viel) → Vorbilder
Gute ständige Erinnerung
Ich habe das Gendern mittlerweile fast verinnerlicht und verwende es sogar manchmal privat.
Eigentlich nicht
Ich achte mehr darauf, wie ich mein Geld ausbebe/investiere
Gar nicht (4x)
Kaum, da ich schon sehr auf Nachhaltigkeit bedacht war
Nicht
Gar nicht, ich kam mit solchen Perspektiven hierher
Nachdenken und informative Folder
Positiv bestärkt
Fahre öfter mit dem Zug statt mit dem Auto
Man lernt nie aus
Einiges gelernt in Bezug auf Entscheidungen

10. Erfüllung des Informationsbedürfnisses

	Median	Mittelwert	Extremwerte
2016+2016	80%	81%	50//100
Jetzt	85%	84%	50//100

Kommentare:

2015+2016

Das, was für mich relevant war bzw. für meine Arbeit, konnte ich immer bekommen
Teilweise gab es Tendenzen zu „restriktiver/steuernder“ Informationspolitik (Teile Vorstand)
Wenig Aufmerksamkeit auf Dokumentation/ Kollaborationstool (Teamlab)
Informationsfluss zwischen Bereichen nicht optimal
Habe nachgefragt, wenn ich etwas wissen wollte. Verständlich war alles, aber nicht alles zugänglich
Informationen sind in vielen verschiedenen Programmen verteilt. Für Teilzeiter manchmal schwer zu überblicken
Berichte an/von(?) AK waren anfangs recht dürftig
Ja zumindest seit der Anstellung
Oft zu viel an Detailinformation, dafür leicht zugänglich
Das steht nicht dazu im Widerspruch, dass ich bei Punkt 2. Bei Transparenz „wenig“ angekreuzt habe. Ich in meiner Position konnte die für mich relevanten Informationen größtenteils bekommen. Ich sehe

ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende

aber die Informationstransparenz in Bezug auf das Gesamtprojekt als eher gering an. (Anmerkung: 90% wurden angegeben.)

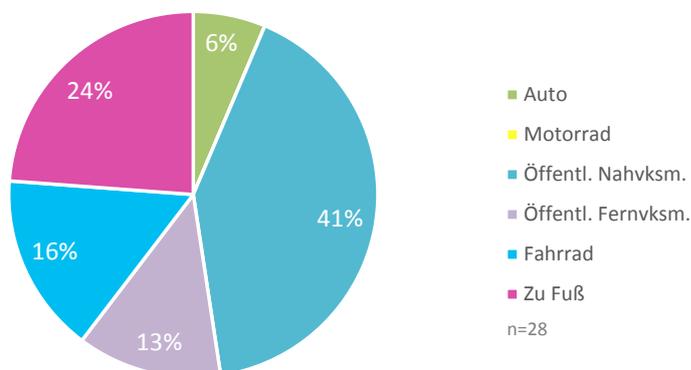
Jetzt

Tendenziell etwas geringer, da mir vorkommt, dass die Informationsablage nicht mehr so gewissenhaft durchgeführt wird
Bin durch Rolle/Funktion sehr gut in Infofluss eingebunden („privilegiert“) – glaube, dass es für viele nicht ganz einfach ist, am Laufenden zu bleiben
Information muss man sich oft holen, weil sehr viel passiert, aber man bekommt sie immer ehrlich und sofort.
Eher diffuses Gefühl nicht zu wissen, was es alles zu wissen gäbe
Frage nach, oder besser, schaue nach, da alles dokumentiert und in Trello abgelegt wird, in teamlab wird auch alles publiziert, allerdings dort schwieriger und mühsamer, die Sachen zu finden
Informationen sind in vielen verschiedenen Programmen verteilt. Für Teilzeiter manchmal schwer zu überblicken
Durch meine zentrale Rolle in der Organisation fühle ich mich 100% informiert
Keine Analyse zur Zielverfehlung. Das fehlt mir!

11. Verkehrsmittelnutzung

2015+2016

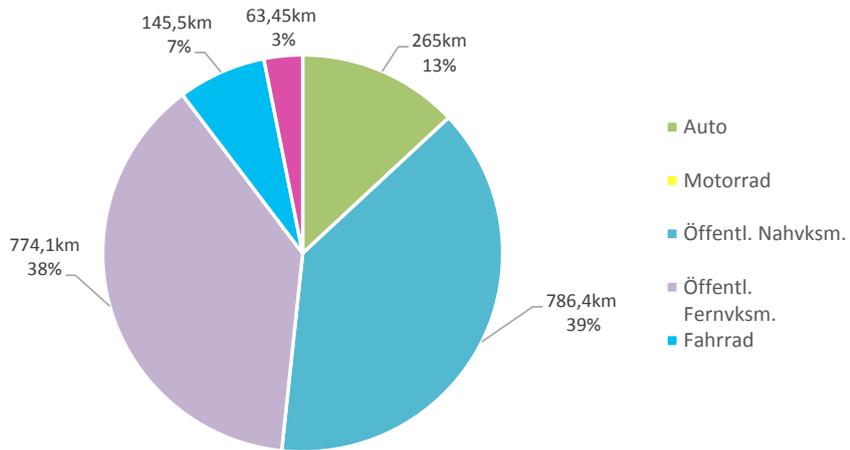
Verkehrsmittelnutzung



ANHÄNGE

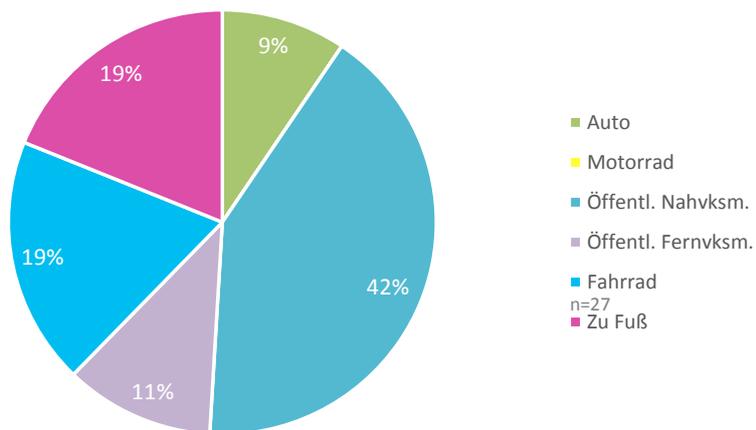
Anhang Befragung Mitarbeitende

km/Woche



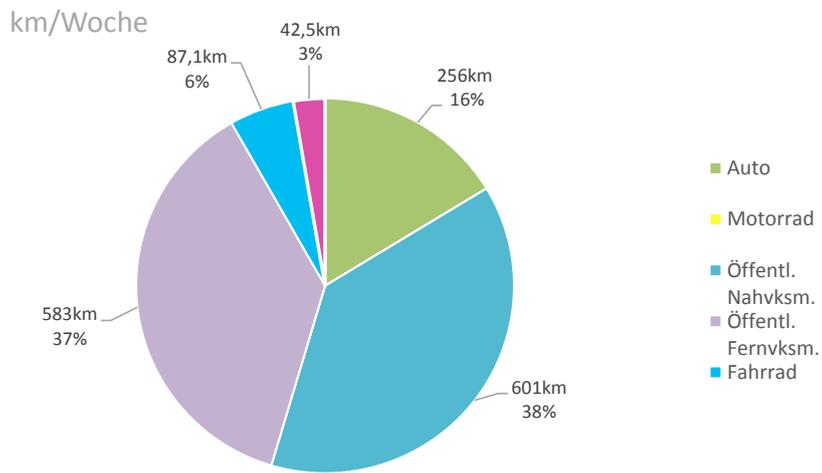
Jetzt

Verkehrsmittelnutzung



ANHÄNGE

Anhang Befragung Mitarbeitende



=

ANHÄNGE

Anhang Steuerliche Verhältnisse

BfG Eigentümer/ -innen- und Verw.Genossenschaft eG

Jahresabschluss zum 31.12.2016

1.4 Steuerliche Verhältnisse

Finanzamt: Wien 1/23
Steuernummer: 246/5715
UID-Nummer: ATU69345602

Einzelaufzeichnung von Umsätzen (ab 1.1.2016)

Die Barbewegungsverordnung trat mit 31.12.2015 außer Kraft. Ab 1.1.2016 sind gem. § 131b BAO alle Bareinnahmen zum Zwecke der Losungsermittlung einzeln zu erfassen.

Verlustvorträge

Verlustvorträge aus dem Jahr	ausgleichsfähig gem. § 18 (6) EStG
2014	72,20
2015	511.559,55
Summe	511.631,75
Verbrauch/Zuführung im laufenden Geschäftsjahr	878.296,76
verbleibender Verlustvortrag für Folgejahre	1.389.928,51

Alle Verlustvorträge sind unbegrenzt vortragsfähig. Die 75%ige Verrechnungsgrenze gilt für alle Verlustvorträge.

Steuerliche Auswirkungen des Jahresabschlusses

Die errechneten steuerlichen Auswirkungen des Jahresabschlusses zum 31.12.2016 müssen sich mit den vom Finanzamt bescheidmäßig festgesetzten Gutschriften bzw. Nachzahlungen decken.

Körperschaftsteuer	Guthaben	697,00
Umsatzsteuer	Guthaben	0,00

ANHÄNGE

Anhang Steuerliche Verhältnisse

BfG Eigentümer/ -innen- und Verw.Genossenschaft eG

Jahresabschluss zum 31.12.2016

- davon mit einer Restlaufzeit
von mehr als einem Jahr
Euro 1.000,00 (Euro 0,00)

	<u>2016</u>	<u>2015</u>
Sammelkto. aufzunehm. Genos. + off. Ford	25.400,00	60.500,00
Verbindlichk. gg. Sozialversicherung	20.114,61	7.828,62
Verbindlichkeiten aus Vorjahren	2.100,00	0,00
Verbindlichk. gg. Gemeinde, KommSt	1.856,40	936,57
Sonstige Verbindlichkeiten 1-5 Jahre	<u>1.000,00</u>	<u>0,00</u>
	<u>50.471,01</u>	<u>69.265,19</u>

Auf dem Sammelkonto aufzunehmende Genossenschafter werden Einzahlungen als Fremdkapital ausgewiesen, für die zum Bilanzstichtag ein Aufnahmebeschluss des Vorstands nicht erfolgt ist. Die Zuordnung einer Zahlung zum Aufnahmebeschluss erfolgt im Genossenschaftsregister.

Sonstige Verbindlichkeiten 1-5 Jahre

Anteil verstorbene/-r Genossenschafter/-in	<u>1.000,00</u>
	<u>1.000,00</u>

Summe Passiva

Vorjahr: **2.113.309,96**
1.520.910,70

ANHÄNGE

Anhang Steuerliche Verhältnisse

BfG Eigentümer/ -innen- und Verw.Genossenschaft eG

Jahresabschluss zum 31.12.2016

b) soziale Aufwendungen

- davon Aufwendungen für Abfertigungen und Leistungen an betriebliche Mitarbeiterversorgungskassen
Euro 3.317,89 (Euro 2.984,99)

- davon Aufwend. für gesetzlich vorgeschrieb. Sozialabgaben sowie vom Entgelt abhängige Abgaben und Pflichtbeiträge
Euro 67.271,32
(Euro 62.378,91)

	<u>2016</u>	<u>2015</u>
Lohnnebenkosten	68.509,21	65.363,90
Wiener Dienstgeberabgabe	<u>2.080,00</u>	<u>0,00</u>
	<u>70.589,21</u>	<u>65.363,90</u>

5. Abschreibungen

a) auf immaterielle Gegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen

	<u>2016</u>	<u>2015</u>
IS09 IT Infrastruktur Büro Anschaffungsk	<u>811,42</u>	<u>237,24</u>
	<u>811,42</u>	<u>237,24</u>

6. sonstige betriebliche Aufwendungen

	<u>2016</u>	<u>2015</u>
Marketing	64.546,26	12.710,12
Kapitalmarktprospekt	47.610,53	56.322,46
Mietkosten	29.748,96	29.903,42
IT	21.078,93	24.632,72
Buchhaltung	18.889,86	29.787,71
Partizipationstool	15.664,32	0,00
Pressearbeit	15.513,73	10.808,54
Diverses	12.123,85	6.262,54
Reisekosten	8.981,01	3.898,35
Rechtsberatung	6.572,64	4.294,38
CI-Design	6.500,00	3.085,66
Weiterbildung	6.321,18	4.227,59
Generalversammlungen	4.731,45	3.649,80
Versicherung	3.633,51	1.780,42
Akademie	2.056,18	13.014,52
Bank	1.576,34	3.848,00
Büro	66,94	75,94
Übertrag	265.615,69	208.302,17

ANHÄNGE

Anhang Steuerliche Verhältnisse

BfG Eigentümer/ -innen- und Verw.Genossenschaft eG	Jahresabschluss zum 31.12.2016	
	<u>2016</u>	<u>2015</u>
Übertrag	265.615,69	208.302,17
Externe Berater	<u>0,00</u>	<u>20.442,00</u>
	265.615,69	228.744,17
7. Zwischensumme aus Z 1 bis 6		-881.085,76
	Vorjahr:	-511.874,67
8. sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		
	<u>2016</u>	<u>2015</u>
Zinserträge aus Guthaben Kreditinstitut	<u>2.789,00</u>	<u>348,43</u>
	2.789,00	348,43
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		
	<u>2016</u>	<u>2015</u>
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	<u>0,00</u>	<u>33,31</u>
	0,00	33,31
10. Zwischensumme aus Z 8 bis 9		2.789,00
	Vorjahr:	315,12
11. Ergebnis vor Steuern		-878.296,76
	Vorjahr:	-511.559,55
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		
	<u>2016</u>	<u>2015</u>
Kapitalertragsteuer	697,26	87,12
Körperschaftsteuer	<u>-697,00</u>	<u>-87,00</u>
	0,26	0,12
13. Ergebnis nach Steuern		-878.297,02
	Vorjahr:	-511.559,67
14. Jahresfehlbetrag		
	<u>2016</u>	<u>2015</u>
Jahresfehlbetrag	<u>878.297,02</u>	<u>511.559,67</u>
	878.297,02	511.559,67

ANHÄNGE

Anhang Steuern

200021 / 10308

Körperschaftsteuer 2016

03.04.2017

BfG Eigentümer/ -innen- und

Finanzamt: 09 Wien 1/23

Steuernummer: 246/5715

Übersicht Körperschaftsteuer

Gewinn- und Verlustrechnung gemäß § 231 UGB

Erträge

Umsatzerlöse (Waren-/Leistungserlöse)		3.595,78
Übrige Erträge (inkl. Finanzerträge)	17.287,92	
Summe übrige Erträge und Kapitalveränderungen		17.287,92

Summe der Erträge

20.883,70

Aufwendungen

Beigestelltes Personal (Fremdpersonal) und Fremdleistungen	83.603,21
Personalaufwand ("eigenes Personal")	550.847,14
Abschreibungen auf das Anlagevermögen	811,42
Reise- und Fahrtspesen inkl. Kilometergeld und Diäten	8.981,01
Miet- und Pachtaufwand und Leasing	29.748,96
Werbe- und Repräsentationsaufw., Spenden und Trinkgelder	139.261,15

Körperschaftsteuer-Aufwand

Gebuchte KSt-Vorauszahlung	-697,00
- KSt-Erstattung u. Rückstellungsauflösung	0,00
+ anrechenbare ausländische Steuer	0,00
+/- Körperschaftsteuer-Rückstellung/Aktivierung	0,00

Summe Körperschaftsteueraufwand -697,00

Übrige Aufwendungen 86.624,83

Summe übrige Aufw. und Kapitalveränderungen 86.624,83

Summe der Aufwendungen

899.180,72

BILANZVERLUST

-878.297,02

Korrekturen des Bilanzgewinnes (Steuerliche Mehr-/Weniger-Rechnung)

+ Körperschaftsteuer (Vorauszahlungen, Rückstellungen, ausl. Steuer)	-697,00
+ KapSt von vereinnahmten Kapitalerträgen, die vom Schuldner einbehalten wurden	697,26

= Bilanzverlust nach Korrekturen

-878.296,76

Einkünfte aus Gewerbebetrieb

-878.296,76

- Verlustabzug (ausgleichsfähige Verluste) nach § 18 Abs. 6 EStG

0,00

Zu versteuerndes Einkommen

-878.296,76

Ermittlung der Körperschaftsteuer

KSt nach § 22 Abs. 1 KStG (25 %) 0,00

Körperschaftsteuerschuld

0,00



ANHÄNGE

Anhang Steuern

200021 / 10308	Körperschaftsteuer 2016	03.04.2017
BfG Eigentümer/ -innen- und		Finanzamt: 09 Wien 1/23
		Steuernummer: 246/5715
<hr/>		
- Anrechenbare Kapitalertragsteuer		-697,26
Rundung gem. § 39 Abs. 3 EStG 1988		0,26
		<hr/>
Festgesetzte Körperschaftsteuer		-697,00
- KSt-Vorauszahlungen i.S.d. § 46 Abs. 1 Z. 1 EStG		697,00
		<hr/>
KSt-Erstattung/Aktivierung		0,00
Ermittlung des endgültigen Gewinnes		
Vorläufiger Verlust (ohne KSt-Rückstellung) lt. Bilanz		-878.297,02
+ KSt-Aktivierung		0,00
		<hr/>
= Endgültiger Verlust		-878.297,02

ANHÄNGE

Anhang Steuern

200021 / 10308

Körperschaftsteuer 2016

03.04.2017

BfG Eigentümer/ -innen- und

Finanzamt: 09 Wien 1/23

Steuernummer: 246/5715

Voraussichtlicher Körperschaftsteuer-Bescheid für das Jahr 2016

Die Körperschaftsteuer

wird für 2016
festgesetzt mit **-697,00 €**
Bisher war vorgeschrieben 0,00 €

Aufgrund der festgesetzten Abgabe und des bisher vorgeschriebenen Betrages ergibt sich eine Gutschrift in Höhe von **697,00 €**

Das Einkommen
im Jahr 2016 beträgt: **-878.296,76 €**

Berechnung der Körperschaftsteuer:

Einkünfte aus Gewerbebetrieb **-878.296,76 €**

Gesamtbetrag der Einkünfte **-878.296,76 €**
Verlustabzug 0,00 €

Einkommen **-878.296,76 €**

Die Körperschaftsteuer vom Einkommen beträgt:
Gem. § 22 KStG 1988 25,00 % von € 0,00 0,00 €

Körperschaftsteuerschuld **0,00 €**
Kapitalertragsteuer **-697,26 €**
Rundung gem. § 39 Abs. 3 EStG 1988 0,26 €

Festgesetzte Körperschaftsteuer **-697,00 €**

Berechnung der Abgabennachforderung/Abgabengutschrift

Festgesetzte Körperschaftsteuer **-697,00 €**
Bisher festgesetzte Körperschaftsteuer 0,00 €

Abgabengutschrift **697,00 €**



ANHÄNGE

Anhang Steuern

200021 / 10308

Körperschaftsteuer 2016

03.04.2017

BfG Eigentümer/ -innen- und

Finanzamt: 09 Wien 1/23
Steuernummer: 246/5715

Mindeststeuerberechnung nach § 24 Abs. 4 KStG

Dauer der Steuerpflicht

Kalendervierteljahre mit normaler Mindeststeuerpflicht im Wirtschaftsjahr § 24 Abs. 4 Z. 1 KStG 4

Steueransatz im laufenden Jahr

Mindeststeuer	0,00
Ermittelte Körperschaftsteuer ohne Mindeststeuerregelung	0,00
Anzusetzen: Körperschaftsteuer ohne Mindeststeuerregelung	0,00

Berechnung des maximal Mindeststeuervortrags aus dem laufenden Jahr

Anzusetzende Mindeststeuer	0,00
- Tatsächliche Körperschaftsteuer (ohne Mindeststeuerregelung)	0,00
= Vortragsfähige Mindeststeuer für Folgejahre aus dem aktuellen Jahr	0,00

Mindeststeuervorträge nach § 24 Abs. 4 Z. 4 KStG

Mindeststeuer aus Vorjahren	0,00
- Anrechenbare Mindeststeuer	0,00
+ Vortragsfähige Mindeststeuer für Folgejahre aus dem aktuellen Jahr	0,00
= Gesamte vortragsfähige Mindeststeuer für Folgejahre	0,00

Bearbeitungshinweis

Es wurde in den 'Ergänzenden Angaben' keine Rechtsform ausgewählt. Die Steuerberechnung ist somit nicht korrekt. Ergänzen Sie Ihre Angaben!

Informationen

Für die Mindeststeuerberechnung wird 4 mal ein volles Vierteljahr Steuerpflicht mit dem regulären Mindeststeuersatz nach § 24 Abs. 4 Z. 1 KStG angesetzt.

Für die Berechnung der Mindeststeuer wird davon ausgegangen, dass die unbeschränkte Steuerpflicht bis zum 31.12. des Wirtschaftsjahres bestanden hat.



ANHÄNGE

Anhang Steuern

200021 / 10308

Körperschaftsteuer 2016

03.04.2017

BfG Eigentümer/ -innen- und

Finanzamt: 09 Wien 1/23

Steuernummer: 246/5715

Verlustverrechnung

Übersicht

Summe der Einkünfte	-878.296,76
Gesamtbetrag der Einkünfte	-878.296,76
- Offene Verlustabzüge ab 1991 nach § 18 Abs. 6 EStG	0,00
= Einkommen nach Verlustabzug	-878.296,76

Offene Verlustabzüge ab 1991

Summe der Verluste aus Vorjahren	511.631,75
- davon im Wirtschaftsjahr maximal abzugsfähig	0,00
- Verlust, für den ein Vortrag nicht zulässig ist	0,00
+ laufender Verlust des Wirtschaftsjahres	878.296,76
= Verlustvortrag für Folgejahre (automatische Übernahme)	1.389.928,51



ANHÄNGE

Anhang Steuern

200021 / 10308

Körperschaftsteuer 2016

03.04.2017
Finanzamt: 09 Wien 1/23
Steuernummer: 246/5715

BfG Eigentümer/ -innen- und

Mehrjahresvergleich für BfG Eigentümer/ -innen- und

	2014	2015	2016
Gesamtbetrag der Einkünfte	-72,20	-511.559,55	-878.296,76
Einkommen	-72,20	-511.559,55	-878.296,76
Tarifliche Körperschaftsteuer	0,00	0,00	0,00
Körperschaftsteuer / Mindest-KÖSt	0,00	0,00	0,00
- Anrechenbare oder einbehaltene Steuer	0,00	87,12	697,26
Festgesetzte Körperschaftsteuer (gerundet gem. §39 Abs. 3 EStG)	0,00	-87,00	-697,00
- Körperschaftsteuer Vorauszahlungen	0,00	0,00	0,00
Restschuld (+) / Gutschrift (-)	0,00	-87,00	-697,00



Seite 1 von 1

ANHÄNGE

Anhang Steuern

200021 / 10308

Körperschaftsteuer 2016

03.04.2017

BfG Eigentümer/ -innen- und

Finanzamt: 09 Wien 1/23
Steuernummer: 246/5715

Evidenzkonten des Jahres 2016

	Beginn des Wirtschaftsjahres	Zugang	Abgang	Umbuchungen	Ende des Wirtschaftsjahres
Stammkapital	1.908.500,00	1.428.200,00			3.336.700,00
abzgl. ausstehende Einlagen	0,00				0,00
Kapitalrücklagen	0,00				0,00
Gewinnrücklagen	0,00				0,00
Bilanzgewinn	0,00				0,00
Surrogatkapital	0,00				0,00
Darlehenskapital	0,00				0,00
	0,00				0,00
Einlagen	1.908.500,00	1.428.200,00	0,00	0,00	3.336.700,00

	Beginn des Wirtschaftsjahres	Jahresüberschuss (+) Jahresfehlbetrag (-)	Ausschüttung	Sonstige Anpassung	Ende des Wirtschaftsjahres
Innenfinanzierung	-511.632,44	-878.297,02			-1.389.929,46

