

Gemeinwohl-Bericht von Lebensraum Holz



INHALTSVERZEICHNIS:

INHALTSVERZEICHNIS:	1
TESTAT: PEER-EVALUIERUNG	3
ECKPUNKTE DER GEMEINWOHL-ÖKONOMIE:	4
UNTERNEHMEN	5
TÄTIGKEITSBEREICH	6
DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL.....	7
ANSPRECHPERSON FÜR DIE GWÖ	7
NEGATIVKRITERIEN	7
A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT	8
B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT	10
C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG	10
C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT	11
C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN	12
C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS	13
C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ.....	13
D1 ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG	14
D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN	14

D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN	15
D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN	15
D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS	16
E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN.....	16
E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN.....	16
E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN	17
E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG	18
AUSBLICK.....	18
BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ.....	18

TESTAT: PEER-EVALUIERUNG

TESTAT : PEER EVALUIERUNG

GEMEINWOHL-
BILANZ 2015

für Lebensraum Holz GmbH
BegleiterIn Jörn Wiedemann



WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				40 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				50 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 20 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 20 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 10 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 50 %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 10 %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen	D1: Ethische Kundenbeziehung 30 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmen 10 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 50 %	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 10 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 30 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souverän, zukünftige Generationen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 50 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 20 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 20 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 60 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 00 %
Negativ-Kriterien	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte <input type="checkbox"/> Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO <input type="checkbox"/> Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen <input type="checkbox"/>	Feindliche Übernahme <input type="checkbox"/> Sperrpatente <input type="checkbox"/> Dumpingpreise <input type="checkbox"/>	Illegitime Umweltbelastungen <input type="checkbox"/> Verstöße gegen Umweltauflagen <input type="checkbox"/> Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) <input type="checkbox"/>	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens <input type="checkbox"/> Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung bei Gewinn <input type="checkbox"/> Umgehung der Steuerpflicht <input type="checkbox"/> Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter <input type="checkbox"/>	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter <input type="checkbox"/> Verhinderung eines Betriebsrats <input type="checkbox"/> Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister <input type="checkbox"/> Exzessive Einkommensspreizung <input type="checkbox"/>

Mit diesem Testat wird die Peer-Evaluierung des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Matrix 4.1. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf www.gemeinwohl-oekonomie.org

Testat gültig bis 31.08.2019

BILANZSUMME 303

ECKPUNKTE DER GEMEINWOHL-ÖKONOMIE:

1. Die Gemeinwohl-Ökonomie ist der Aufbruch zu einer ethischen Marktwirtschaft, deren Ziel nicht die Vermehrung von Geldkapital, sondern das gute Leben für alle ist.
2. Sie setzt die Menschenwürde, die Menschenrechte und die ökologische Verantwortung als Gemeinwohlwerte auch in der Wirtschaft um.
3. Wie diese Werte im unternehmerischen Alltag gelebt werden können, zeigt die Gemeinwohl-Matrix. Sie wird laufend weiterentwickelt und soll demokratisch entschieden werden.
4. Anhand der Matrix erstellen die Unternehmen eine Gemeinwohl-Bilanz. Im Gemeinwohl-Bericht erklären sie die Umsetzung der Gemeinwohlwerte sowie ihr Entwicklungspotential und nehmen eine Bewertung vor. Bericht und Bilanz werden extern überprüft und veröffentlicht. Damit werden die Leistungen für das Gemeinwohl bekannt gemacht.
5. Gesellschaftliche Unterstützung erfahren Gemeinwohl-Unternehmen zunächst am Markt durch Verbraucher, Kooperationspartner und gemeinwohlorientierte Geldgeber.
6. Als Ausgleich für überdurchschnittliche Leistungen zum Gemeinwohl sollen Gemeinwohl-Unternehmen rechtliche Vorteile bei Steuern, Krediten und öffentlichen Aufträgen sowie im internationalen Handel erhalten.
7. Unternehmensgewinne dienen der Stärkung der Unternehmen sowie der Einkommenserzielung und der Alterssicherung der Unternehmer und der Beschäftigten, nicht aber der Vermögensvermehrung externer Kapitalgeber. So gelangen die Unternehmer zu Freiräumen für gemeinwohlorientiertes Wirtschaften, frei vom Druck zu größtmöglicher Kapitalrendite.
8. Dadurch schwindet der Drang zum Wirtschaftswachstum. Es öffnen sich Möglichkeiten für ein erfülltes Leben bei Erhalt unserer natürlichen Lebensgrundlagen. In der Arbeit können sich Wertschätzung und Fairness sowie Kreativität und Kooperation besser entfalten.
9. Mit der Begrenzung von Vermögensungleichheiten steigen die Chancen für die gleichberechtigte Teilhabe aller am wirtschaftlichen und politischen Leben.
10. Die Gemeinwohl-Ökonomie-Bewegung lädt dazu ein, die Verwirklichung der genannten Werte in Wirtschaft und Gesellschaft mitzugestalten. Alle Ideen für eine zukunftsfähige Wirtschaftsordnung sollen in demokratischen Prozessen entwickelt, vom Souverän entschieden und in der Verfassung verankert werden.

UNTERNEHMEN

- Firmenname:
Lebensraum Holz
- Eigentums- und Rechtsform, Eigentumsanteile:
GmbH, 3 Inhaber zu je 33,33%: Adi Brandl, Christoph Hartmann, Uli Zimmermann
- Branche:
Holzbaugewerbe
- Anzahl der Mitarbeiter:
Inklusive der 3 Geschäftsführer: 8 Vollzeit und 1 Teilzeitstelle
- Umsatz:
5,44Mio €
- Tochtergesellschaften/ verbundene Unternehmen:
keine
- Sitz + Homepage:
Gewerbepark Markfeld 15-19, D-83043 Bad Aibling, www.lebensraumholz.de
- Berichtszeitraum:
2014 (Zahlen), 2015, 2016 (Inhalte)

TÄTIGKEITSBEREICH

Wir sind der führende Spezialist für Konzeption, Planung & Bau von gesunden Passivhäusern aus Holz.

Unser Name steht für unsere Philosophie, denn seit Jahren bauen wir gesunde Lebensräume aus Holz.

Immer mehr Menschen möchten im Einklang mit der Natur leben. Genau aus diesem Grund haben wir uns auf Passivhäuser aus Holz spezialisiert. Dabei ist unser oberstes Gebot die Verwendung von ökologisch einwandfreien Baustoffen. Somit können wir eine schadstofffreie Gebäudehülle garantieren, und das ist gut für die Gesundheit. Unsere Passivhäuser sind natürlich energieeffizient und nachhaltig, sie legen einen Grundstein für gesundes Wohnen mit minimalem Energiebedarf.

Unser Leistungsspektrum umfasst neben Einfamilien- auch Doppel- und Mehrfamilienhäuser.

Wir erstellen individuell für jeden Kunden bzw. jedes Grundstück einen Architekten-Entwurf. So können wir auf örtliche Gegebenheiten und alle Kundenwünsche optimal eingehen.

Wir setzen auf langjährige Partnerschaften mit regionalen Firmen und haben so über die Jahre ein leistungsstarkes und freundschaftliches Team aufgebaut. Mit diesem Menschen arbeiten wir eng zusammen und können so einen reibungslosen Bauablauf garantieren.

Unser zweites Standbein ist der sogenannte Lohnabbund. Mit unserer CNC-gesteuerten Maschine übernehmen wir die komplette Holzbearbeitung (auch Abbund genannt) für unseren Partner-Zimmerei-Betrieb und für viele Zimmereien und Holzbaubetriebe aus der Region.

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Planung und Bau von Passivhäusern	94,4%
Lohnabbund	5,6%

DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Einer der Gründe für den immensen Ressourcenverbrauch, die steigende Klimaerwärmung, das extreme Missverhältnis zwischen Arm und Reich und nicht zuletzt die große Völkerwanderung der letzten Jahre liegt darin, dass Konzerne und Unternehmen ausschließlich nach Ihrem finanziellen bzw. wirtschaftlichen Erfolg bewertet werden. Gesellschaftliche Faktoren wie soziale Gerechtigkeit oder ökologische Verantwortung werden dabei vollkommen ausgeblendet. Genau da setzt die Gemeinwohlökonomie an. In der Gemeinwohlbilanz geben Unternehmen auf diese wichtigen Fragen Antworten und werden danach bewertet. Diese Idee unterstützen wir und möchten damit möglichst vielen weiteren Unternehmen einen Denkanstoß geben.

Im Mangfalltal hat sich eine Gruppe von ca. 10 Unternehmer, zu denen auch Lebensraum Holz gehört, zusammengetan, um gemeinsam eine Gemeinwohlbilanz zu erarbeiten.

ANSPRECHPERSON FÜR DIE GWÖ

Uli Zimmermann, Geschäftsführer, 08061-93707-56, zimmermann@lebensraumholz.de

NEGATIVKRITERIEN

Lebensraum Holz bestätigt, dass keines der Negativkriterien erfüllt wird und es somit keine Punktabzüge gibt.

Keine Verletzung der ILO-Arbeitsrechtenormen/ Menschenrechte. Keine Menschenunwürdigen Produkte.

Keine Beschaffung bzw. Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen. Keine feindliche Übernahme.

Keine Sperrpatente. Keine Dumpingpreise. Keine illegitimen Umweltbelastungen. Keine Verstöße gegen Umweltauflagen (z.B. Grenzwerte).

Keine geplante Obsoleszenz. Kein Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens.

Kein Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung trotz Gewinn. Keine Umgehung der Steuerpflicht.

Keine unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitende Gesellschafter. Offenlegung aller Beteiligungen und Tochterunternehmen.

Keine Verhinderung eines Betriebsrates. Offenlegung aller Finanzflüsse an Lobbyisten und Lobby-Organisationen/Eintragung ins Lobbyregister.

Keine Exzessive Einkommensspreizung.

A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

Hier führen wir alle Betriebsausgaben des Jahres 2014 auf, um die Relevanz der beschafften Güter bzw. die Einflussmöglichkeiten zu ermitteln. Abschreibungen sind nicht enthalten.

Es geht darum zu erkennen, in welchen Bereichen wir als Firma mehr oder weniger bzgl. regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte erreichen können bzw. wo wir in dieser Beziehung mehr oder weniger Einfluss nehmen können.

Neben den absoluten Beträgen ist der Anteil am Umsatz angegeben.

Fremdleistungen (alle ausführenden Gewerke eines Gebäudes) und Wareneinkauf	4.287 T€, 78,8%
Personalkosten	549 T€, 10,1%
Raumkosten	81 T€, 1,5%
Kfz-Kosten	57 T€, 1,0%
Werbekosten	39 T€, 0,7%
Versicherungen/Beiträge	17 T€, 0,3%
Reparaturen/Instandhaltungen	15 T€, 0,3%
Zinsaufwendungen	14 T€, 0,3%
Bürokosten	11 T€, 0,2%
Rechts- und Beratungskosten	9 T€, 0,2%
Sonstige Kosten	8 T€, 0,2%

Wir kaufen als Generalübernehmer sämtliche Bauleistungen bei unseren Partnerfirmen ein, deshalb sind die Ausgaben für diese Fremdleistungen dementsprechend hoch.

Nachfolgend führen wir die Top-5 Partnerfirmen auf, die gemeinsam etwa 54% der gesamten Beschaffungskosten betragen. Die Prozentzahl neben der jeweiligen Partnerfirma gibt den Anteil der Beschaffungskosten an.

Zimmerei Glas, Holzbau und Zimmereiarbeiten	28,1%
Klaus Heiber, Heizung, Sanitär und Lüftung	9,7%
Fensterbau Freisinger, Fenster aus Holz und Holz-Alu	7,7%
Artmann Innenausbau, Trockenbauarbeiten	5,4%
Martin Meier, Schreinerarbeiten	3,5%

Regionale Aspekte:

Alle Lieferanten kommen aus der Region. Wir legen Wert auf eine langjährige Zusammenarbeit mit unseren Partnerfirmen. Viele der Firmen sind mit uns groß geworden und arbeiten schon seit fast 10 Jahren mit uns zusammen.

Wo die Lieferanten ihr Baumaterial beziehen, wird noch nicht überprüft. Es ist angedacht, sich bei der Holzbestellung auf ein Sägewerk aus Österreich festzulegen, welches eine regionale Herkunft sämtlicher Holz-Produkte gewährleisten kann. Das wurde aber noch nicht umgesetzt.

Ökologische Aspekte:

Für unseren Hauptlieferanten, den Holzbaubetrieb, geben wir vor, welche Produkte verwendet werden sollen. Diese Produkte wählen wir hauptsächlich nach ökologischen Gesichtspunkten aus. Hier achten wir zum Einen auf baubiologische Unbedenklichkeit und zum anderen auf die Minimierung des Energieaufwandes für die Herstellung der Produkte. Viele der ausgewählten Produkte sind FSC- oder PEFC-zertifiziert oder tragen das „Nature-Plus“-Siegel. Sie wurden vor einigen Jahren vom Institut für Baubiologie Neubeuern geprüft und dabei als schadstofffrei eingestuft.

Soziale Aspekte:

Wir verhandeln mit unseren Partnerfirmen immer auf Augenhöhe. Ihre gute Arbeit ist für uns wertvoll und wird auch dementsprechend entlohnt. Alle beteiligten Personen werden gleichermaßen wertgeschätzt - ob Hilfsarbeiter oder Architekt.

Bei den oben genannten Fremdleistungen handelt es sich um Beschaffungsgüter, bei denen wir die Materialien nicht selbst einkaufen, sondern immer Arbeitsleistung und Material in Auftrag geben. Somit ist unser Einfluss hier begrenzt.

Die Güter für das Büroleben sind unter Punkt E3 aufgeführt.

B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT

Bei der Auswahl der Finanzdienstleister, Kapitalanlagen oder Vorsorgeanlagen haben wir bisher keine ethischen, sozialen oder ökologischen Kriterien berücksichtigt.

Bereits eröffnet ist ein Geschäftskonto bei einer Bank für sozial-ökologische Geldanlagen, der GLS-Bank. Dieses Konto soll in Zukunft als einziges Konto „nach außen“ fungieren, um so auch anderen Beteiligten (Kunden, Lieferanten,...) einen Denkanstoß zu geben.

Mittlerweile konnte das Unternehmen einen sehr guten Grundstock an Eigenkapital aufbauen. Im Jahr 2015 lag dieses bei ca. 800.000€. Unser Unternehmen ist also liquide und hat keine finanziellen Engpässe. Aus diesem Grund besteht auch aktuell kein weiterer Kapitalbedarf.

2013 nahmen wir für die Anschaffung der Photovoltaik-Anlage ein Darlehen bei der Sparkasse RO-AIB auf. Für dieses Darlehen wählten wir eine kurze Laufzeit von 5 Jahren. 2018 wird das Darlehen vollständig getilgt sein.

Bei der Wahl der laufenden Versicherungen (Betriebshaftpflicht, Feuerversicherung für die Abbundhalle, Kfz-Versicherungen) achteten wir bisher noch nicht auf ethische Gesichtspunkte.

C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

Christoph Hartmann und Adi Brandl gründeten im Jahr 1998 die Firma Lebensraum Holz. Seit 2001 ist die Firma als GmbH eingetragen.

Uli Zimmermann gründete 2004 sein Einzelunternehmen „Meister Zimmermann“. Im Jahr 2007 trat Uli Zimmermann als gleichberechtigter Geschäftsführer in die Lebensraum Holz GmbH ein.

Im Jahr 2015 waren neben den drei Geschäftsführern neun Personen im Unternehmen beschäftigt. Alle Mitarbeiter sind fest angestellt, eine davon mit Teilzeitvertrag.

Die Fehlzeiten (Krankheitstage) lagen im Jahr 2014 im Durchschnitt bei 4,4 Tagen je Mitarbeiter und somit weit unter dem Bundesdurchschnitt von 9,5 Tagen (2013).

Die Arbeitsplätze der Mitarbeiter befinden sich in unserem Passivhaus-Büro, das aus ökologischen Baustoffen gebaut wurde.

Home-Office Arbeitsplätze könnten eingerichtet werden, aber da die Mitarbeiter oft auf Baustellen unterwegs sind, ist der Bedarf hierfür bisher nicht da bzw. es wäre nicht praktisch.

Im Schnitt organisieren wir einmal jährlich einen gemeinsamen Betriebsausflug. Oft verbinden wir den Ausflug mit einer Weiterbildung, sodass er gleichzeitig zur Fort- und Teambildung dient. Besteht darüber hinaus seitens der Mitarbeiter Interesse an weiteren Schulungen, sind diese jederzeit möglich und auch erwünscht. Sämtliche Kosten für Weiterbildungsmaßnahmen werden vom Betrieb übernommen.

Einmal jährlich finden Mitarbeitergespräche statt. Dabei reden wir über Arbeitszeiten, Gehalt, Entwicklungsmöglichkeiten usw.

Einen Betriebsrat oder eine unabhängige Ansprechperson für Anliegen, Kritik usw. gibt es nicht. Nach einer Umfrage Ende 2015 sieht das ganze Team wegen der flachen Hierarchie das als nicht notwendig an. Wir pflegen eine sehr offene Beziehung zwischen Geschäftsführern und Mitarbeitern, bei der jederzeit auch Anliegen jeglicher Art direkt geklärt werden können.

Ein Programm zur betrieblichen Gesundheitsvorsorge gibt es nicht.

Bei Bedarf können die Mitarbeiter einen Bürostuhl ihrer Wahl bestellen, was aber noch nicht ausreichend kommuniziert wurde.

Neue Mitarbeiter bewerben sich klassisch und nicht anonymisiert.

In der Baubranche sind überwiegend Männer beschäftigt. So ist das auch bei uns. Momentan beschäftigen wir eine Frau bei uns im Unternehmen.

Menschen mit Behinderung könnten gerne bei uns arbeiten, doch bislang hatten wir noch keinen Bewerber.

Einen Dresscode gibt es in der Firma nicht. Wir legen mehr Wert auf Individualität und vor allem auf Authentizität.

C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT

Jeder Mitarbeiter erfasst seine Arbeitszeiten selbst digital und ordnet sie bestimmten Kostenstellen und Projekten zu. Eine Auswertung der Arbeitsstunden pro Projekt oder Kostenstelle ist so jederzeit möglich. Diese Auswertung geht in die Nachkalkulation ein.

Die Einteilung der Arbeitszeit erfolgt eigenverantwortlich. Es gibt keine Kernzeiten, sodass sich jeder Mitarbeiter seinen Tag selber einteilen kann. Die Geschäftsleitung hat hier absolutes Vertrauen und kontrolliert dies nicht.

Eine Erreichbarkeit am Abend oder im Urlaub ist nicht erforderlich.

Flexible Arbeitszeitmodelle gibt es noch nicht. Wir sind aber aufgeschlossen, in dieser Hinsicht neue Wege zu gehen, wenn Mitarbeiter auf uns zukommen oder Situationen es erfordern sollten.

Wir beschäftigen keine Zeitarbeiter im Unternehmen.

Mittlerweile sind bei keinem Mitarbeiter Überstunden mit dem Gehalt abgeglichen. Alle Kollegen/-innen können aufgebaute Überstunden abfeiern oder sich auszahlen lassen.

Die Projektleiter und der Abundleiter können sich selbst organisieren, wobei der Bauablauf bzw. die Abbundmengen diese Organisation im Wesentlichen vorgeben. Entscheidungen innerhalb des Bauprozesses können von den Projektleitern eigenverantwortlich getroffen werden.

Alle zwei Wochen treffen sich die Projektleiter und die Geschäftsführer zum Jour-Fix. Hierbei tauschen wir technische Informationen aus und diskutieren technische Probleme. Auf einer Tafel halten wir zwischen den Terminen die Themen fest, die beim nächsten Termin besprochen werden sollen.

Viermal im Jahr gibt es eine Betriebsversammlung, an der alle Mitarbeiter teilnehmen. Die Betriebsversammlung dient zur Präsentation von betriebswirtschaftliche Zahlen, fertiggestellter Projekte und zur Besprechung von Neuerungen oder Neuigkeiten.

Außerdem treffen sich die Geschäftsführer separat alle zwei Wochen zum Geschäftsführer-Jour-Fix. Sie diskutieren Themen aus allen Bereichen und treffen Entscheidungen im Konsens.

Übergeordnete Entscheidungen, wie z.B. Personalpolitik, Preisbildung usw., treffen allein die Geschäftsführer.

Auch die Zuordnung eines Projektes zu einem Projektleiter wird bislang von der Geschäftsführung vorgenommen.

Die Geschäftsführer erfassen ihre Stunden ebenso digital und vergleichen sie untereinander. Ziel ist eine faire Aufteilung des Stundenaufwandes. Dies gelingt jedoch nicht immer.

C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

Die meisten Beschäftigten kommen mit dem Auto zur Arbeit, da die ländliche Lage und die schlechte Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel es nicht anders zulässt. Gemeinsame Fahrten können auch nur selten organisiert werden, da die Arbeitszeiten und auch die Arbeitsorte (Baustellen) oft recht unterschiedlich sind. Der Einsatz eines Elektroautos als Baustellenfahrzeug kommt nach heutigem Stand wegen der geringen Reichweite nicht in Frage. Zwei Geschäftsführer haben ein E-Mobil als Firmenfahrzeug getestet. Doch auch hier war die Reichweite zu gering und somit wurde dieser Plan verworfen.

Im Unternehmen gibt es vier Dienstwagen, die jeweils ein privates Fahrzeug ersetzt haben. Außerdem haben wir ein Baustellenfahrzeug, das von zwei Projektleitern abwechselnd genutzt wird. Wir verzichten bewusst darauf, prestigeträchtige und große Autos zu fahren. Die örtliche Nähe und die Bekanntschaft zu einer Kfz-Werkstatt beeinflusste die Entscheidung für die Fahrzeuge von Renault. Bisher achten wir bei der Auswahl der Autos noch nicht auf besonders geringen Verbrauch oder auf besonders geringe Emissionswerte.

Das Problem, dass Mitarbeiter mit Dienstwagen, bei denen die Firma die Tankrechnungen bezahlt, auch private Fahrten mit dem Auto erledigen anstatt z.B. auf die Bahn umzusteigen, ist uns bekannt. Leider gibt es noch keine Lösung für dieses Phänomen. Drei Mitarbeiter kommen häufig mit dem Fahrrad ins Büro.

Da wir uns bei unserer Arbeit aktiv und intensiv mit den eingekauften Produkten auseinandersetzen, werden alle im Team auf die ökologischen Gesichtspunkte sensibilisiert. Außerdem achten wir im Büroalltag darauf, nicht zu viel Papier unnütz zu bedrucken. Auf diesen Punkt wird auch in jeder E-Mail-Signatur – auch außerhalb der Firma - hingewiesen.

Weiterbildungen zum Thema Ökologie wurden noch nicht besucht.

Die Getränke für die Mitarbeiter kaufen wir nur in Glasflaschen. Außerdem kaufen wir biologisch produzierten und fair gehandelten Kaffee ein.

In der Mittagspause essen die Mitarbeiter meist außer Haus. Dabei spielt eine vegetarische oder vegane Ernährung nahezu keine Rolle. Allerdings ernährt sich einer der Geschäftsführer vegetarisch.

C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

Die Spreizung vom Mindest- zum Höchsteinkommen lag im Jahr 2014 bei 1 : 1,5.

Im Jahr 2015 lag diese bei 1 : 3,5.

Das Mindesteinkommen liegt deutlich über den Lebenshaltungskosten der Region.

Nach einer Befragung des Teams wird eine Transparenz aller Gehälter von den allermeisten Mitarbeitern nicht gewünscht.

Mit jedem Mitarbeiter wird sein individuelles Gehalt verhandelt. Die Höhe ist abhängig von der Tätigkeit, vom Können, der marktüblichen Höhe und von der Qualifikation. Die Festlegung der Gehälter erfolgt durch die Geschäftsführer.

C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

Im Unternehmen gibt es zwei Hierarchie-Ebenen: Die Geschäftsführungs- und die Mitarbeiterebene. Diese werden bei personalpolitischen, finanziellen oder firmenpolitischen Themen sichtbar. Im Alltag arbeiten wir auf einer Augenhöhe. Bei den regelmäßigen Team-Besprechungen werden einige, wenn auch nicht alle Unternehmenszahlen präsentiert und viele Themen diskutiert. Eine detaillierte Besprechung der Bilanz erfolgt bislang noch nicht. Wir arbeiten alle in einem Großraumbüro, deshalb können viele Entscheidungen schnell gemeinsam gefällt werden. Da die Firma von den drei Inhabern geführt wird, ist auf absehbare Zeit keine neue Führungsposition zu vergeben.

D1 ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG

Wir arbeiten überwiegend für Privatkunden. Dabei sind uns folgende Werte sehr wichtig:

Respekt: Ein respektvoller Umgang mit dem Anderen als Mensch, unabhängig von Hautfarbe, Herkunft und Geschlecht ist für uns selbstverständlich. Wir verzichten darauf, Mitbewerber in Verkaufsgesprächen schlecht zu machen. Wir erläutern lieber unsere Stärken, als über mögliche Schwächen anderer zu sprechen.

Empathie: Wir nehmen die Wünsche und Sorgen unserer Kunden ernst und versuchen, immer die beste Lösung für den Kunden zu finden. Dabei steht der Kunde und nicht die Gewinnmaximierung im Vordergrund.

Ehrlichkeit/Transparenz: Ein ehrlicher und offener Umgang ist ein Garant für eine zufriedenstellende Zusammenarbeit für beide Seiten. Durch hohe Transparenz bereits in der Angebotsphase und einen offenen Umgang während des ganzen Planungs- und Bauprozesses ist die Beziehung zu den meisten Kunden nahezu freundschaftlich.

Fairness: Im Gegensatz zur üblichen Praxis in der Branche wird bei Nachträgen mit Preisen wie im Ursprungsangebot kalkuliert.

Verantwortung: Fehler können passieren, es kommt darauf an, wie man damit umgeht. Wir übernehmen für unser Handeln immer die Konsequenzen. Diese Verantwortung geht auch über die Fertigstellung hinaus. Eine Person ist für den Kundendienst zuständig und kümmert sich um aufkommende Fragen oder Probleme der Bewohner nach dem Einzug. Dabei versuchen wir, möglichst viele Themen auf kurzem Weg zu erledigen. Ebenso ist es dem Kunden möglich, direkt mit unseren Partnerfirmen, also den Handwerkern, Kontakt aufzunehmen.

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Wir pflegen ein vertrauensvolles Verhältnis zu unseren Partnerfirmen. Bei auftretenden Problemen von Seiten der Subunternehmer zeigen wir uns solidarisch. Wir bezahlen unsere Partnerfirmen immer innerhalb von 8 Tagen. Bei finanziellen Engpässen werden Rechnungen auch schneller oder sogar teilweise im Voraus überwiesen. Bei keinem der Subunternehmer behalten wir uns einen Teil für z.B. die Gewährleistung ein. Wir bezahlen immer die volle Rechnungssumme.

Im Passivhauskreis – einem Verein zur Verbreitung des Passivhausstandards – tauschen wir unser Wissen mit anderen Firmen der Branche aus. Dieses Netzwerk organisiert gemeinsame Marketingmaßnahmen, bei welchen die einzelnen Firmen nicht im Vordergrund stehen.

Ebenso zur Verbreitung des Passivhausstandards, aber auf Bundesebene, setzt sich die Informationsgemeinschaft Passivhaus ein, bei der wir seit 2007 Mitglied sind.

Als Fördermitglied des Informationsverein Holz unterstützen wir die transparente Verbreitung von Fachwissen in der Holzbaukultur.

D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Wie in A1 schon beschrieben achten wir sehr auf die Verwendung von baubiologisch einwandfreien Produkten.

Die tragenden Elemente der Häuser sind aus Holz. Als statisches Bauteil werden in der Branche meist Holzwerkstoffplatten, die hohe Leimanteile beinhalten, verbaut. Wir verwenden hier ausschließlich eine diagonale Massivholzschalung.

Als Dämmstoff verwenden wir das Recyclingprodukt Zellulose (Zeitungspapier) und Holzfaser.

Dampfbremsen und dazugehörige Klebebänder werden aus Papier mit ökologischen Bindemitteln erstellt.

Fenster und Haustüren bieten wir in Holz oder Holz-Aluminium an. Den Einbau von Kunststofffenstern lehnen wir ab.

Im Bereich der Bodenaufbauten kommt statt künstlichen Dämmstoffen wie EPS (Styropor) Stein- oder Mineralfaserdämmung zum Einsatz.

Auf chemische Zusätze im Estrich, die zur schnelleren Trocknung und somit zu einer kürzeren Bauzeit führen würden, verzichten wir.

Beim Parkett- und Fliesenkleber greifen wir auf besonders emissionsarme Produkte (möglichst EC 1 Plus zertifiziert) zurück.

Als Bedachung verbauen wir meist Tondachziegel anstatt Betonpfannen.

Durch eine qualitativ hochwertige Ausführung sind unsere Produkte sehr langlebig.

Die Verwendung ökologischer Baustoffe schafft gesunden Wohnraum und nahezu alle Produkte sind recycelbar.

Da unsere Angebote eine detaillierte Beschreibung der verwendeten Produkte enthalten und die ökologischen Aspekte besprochen werden, setzt sich der Kunden mit dem Thema Ökologie und Baubiologie intensiv auseinander und schärft somit sein Bewusstsein für dieses Thema.

D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Unsere Häuser werden individuell geplant und gebaut. So ist es problemlos möglich, auf Barrierefreiheit zu achten und dies bereits im Entwurf umzusetzen.

Einkommensschwächere Kunden können Eigenleistungen im Bereich des Innenausbaus erbringen. Mit Hilfe des transparenten Angebots sieht der Kunde sofort, um welchen Betrag sich die Gesamtkosten verringern, wenn er z.B. die Malerarbeiten selber übernimmt.

Sämtliche Informationen werden in einem kostenlosen Beratungsgespräch erläutert und sind so auch für benachteiligte Personen (z.B. Sehgeschwache) zugänglich.

D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

Wie in A1 schon beschrieben, pflegen wir mit unseren Partnerfirmen langjährige Kooperationen. Oberstes Gebot ist eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe.

Mit der Erstellung dieses Gemeinwohlberichtes möchten wir andere motivieren, sich ebenso mit diesen „Werte“-Fragen auseinander zu setzen. Als Gründungsmitglied im Passivhauskreis Rosenheim-Traunstein und Mitglied in der Informationsgemeinschaft Passivhaus stehen wir aktiv für die Verbreitung des Passivhausstandards.

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

Bei vielen Menschen in unserem Kulturkreis und gerade im ländlichen Bereich ist der Wunsch nach einem eigenen Haus sehr groß. Wenn man sein Haus mit ökologischen Baustoffen und sehr energieeffizient baut, übernimmt man hier eine Vorbild- und teilweise Vorreiter-Funktion.

Der Nutzen für den einzelnen Menschen ist sehr hoch und deckt von den neun weltweit feststellbaren Grundbedürfnissen etwa drei ab. Diese sind Lebensgrundlage, Schutz/Sicherheit und Freizeit/Entspannung.

Natürlich wäre es Gesamt-Ökologisch betrachtet besser, keine neuen Häuser zu bauen und somit keine weiteren Flächen zu versiegeln, keine weiteren Ressourcen zu verbrauchen, keine Energie für die Herstellung aufzuwenden usw.

Dennoch konzentrieren wir uns auf die Frage nach dem „wie bauen“.

Die Wertschöpfung unserer Produkte erfolgt in großen Teilen regional und sozial sehr verträglich.

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Ein großer Beitrag zum Gemeinwesen liegt sicherlich in der Verwendung unschädlicher Baustoffe. Siehe dazu auch Punkt A1 und D3.

2013 haben wir als Weihnachtsaktion Lose der Familienstiftung Protegoon im Wert von 1.000€ verschenkt.

Im Jahr 2014 riefen wir zur Spende für syrische Flüchtlinge auf und verdoppelten das gespendete Geld der Kunden von 2.500 auf 5.000€.

Weitere Kundengeschenke kaufen wir meist bei Side-by-Side (Werkstätten für behinderte Menschen in Raubling) oder bei einem kleinen Holzdrechsler in Kolbermoor. Für die Reinigung unseres Bürogebäudes beschäftigen wir eine Putzfrau afghanischer Herkunft.

Ab dem Jahr 2016 unterstützen wir als Haupt- und Trikotsponsor die Mannschaften der Basketball-Damen und -Herren der Bad Aibling Fireballs, einem regionalen Verein, der sich auch stark für die Jugendarbeit einsetzt.

Der heilpädagogischen Tagesstätte am Irschenberg haben wir viele Einbauten und Kindermöbel gespendet. Hierbei legten wir mit der kompletten Belegschaft einen ganzen Arbeitstag ein, um die Möbel zu fertigen und einzubauen. Die Entwürfe stimmten wir mit der Leitung der Tagesstätte ab und übernahmen Kosten des kompletten Materials.

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Die ökologischen Auswirkungen des Unternehmens, auf die wir unmittelbarer und leichter Einfluss haben, als auf die Beschaffungsgüter (siehe A1), sind hier aufgeführt. Diese betreffen in den meisten Fällen das „Büroleben“:

- Unser Bürogebäude ist ein ökologisches Holzhaus im Passivhausstandard. Beheizt wird es über die Abfälle (Hobel- und Sägespäne) der benachbarten Zimmerei.
- Wir besitzen eine eigene Photovoltaik-Anlage mit einer Leistung von 90 kWp. Mit diesem Sonnen-Strom decken wir etwa 60 % des gesamten Stromverbrauchs für die naheliegende Zimmerei, die Abbundanlage und das Büro.
- Über unseren Netzstromlieferanten beziehen wir 100% Ökostrom.
- Wir verwenden Recycling- oder zumindest FSC-zertifiziertes Papier zum Drucken, auch für Umschläge, unsere Broschüren, Flyer, usw. Einseitig bedruckte und nicht mehr benötigte Blätter benutzen wir als Notizpapier.
- Für die Broschüren und Flyer verwenden wir mineralölfreie Druckfarben.
- Unser Postversand ist CO2-neutral (Go Green).
- Unser Website-Betreiber nutzt für seine Server Ökostrom.
- Alle Bildschirme haben eine Stand-By-Schaltung.
- Der Bildschirmhintergrund aller Bildschirme ist schwarz eingestellt und verbraucht somit weniger Strom.
- Bürobedarf beziehen wir bei einem Anbieter für nachhaltige und ökologische Büroartikel (www.memo.de).

E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG

Bis dato wurden die meisten Gewinne im Unternehmen belassen, um einen soliden Grundstock an Eigenkapital aufzubauen. 2014 und 2015 wurde ein Teil der Gewinne an die drei Inhaber ausgezahlt. Externe, nicht mitarbeitende Eigentümer gibt es nicht, und das ist laut Geschäftssatzung auch in Zukunft ausgeschlossen.

E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

Mit diesem Gemeinwohl-Bericht wollen wir mehr Transparenz für unsere Kunden, Mitarbeiter und Partnerfirmen erreichen.

AUSBLICK

Wir möchten alle zwei Jahre einen neuen Gemeinwohl-Bericht erstellen, um den Anreiz zu haben, uns immer weiter zu verbessern.

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Durch ein Unternehmerfrühstück in Bad Aibling im Februar 2015, bei dem die Gemeinwohlökonomie vorgestellt wurde, sind wir auf dieses Thema aufmerksam geworden. Nach einem weiteren Treffen von Interessierten haben wir uns entschlossen eine Bilanz zu erstellen. Wir haben jedem im Betrieb das Buch von Christian Felber gegeben und die meisten haben es auch gelesen. Auf einem Betriebsausflug zur Fraueninsel vertieften wir bei einem Vortrag eines Gemeinwohl-Beraters das Thema weiter. Im Anschluss trat Lebensraum Holz der Regionalgruppe Mangfalltal bei. Seit ca. einem Jahr treffen wir uns einmal im Monat.

Stundenaufwand Uli Zimmermann:

Treffen: ca. 35 Std.

Erstellung Bericht/Bilanz: ca. 60 Std.