

GEMEINWOHL-BERICHT 2012 RAIFFEISENBANK LECH AM ARLBERG

Lech, 11.06.2013

PrivateBanking

**Raiffeisenbank Lech
am Arlberg**



Alle Inhalte wurden gemeinsam durch die Mitarbeiter der Raiffeisenbank Lech erstellt.

Die Zusammenstellung des Berichts erfolgte durch Martin Jochum.

Bei allen Fragen zum Thema Gemeinwohlökonomie wenden Sie sich direkt an
martin.jochum@lechbank.com oder 0043 (0)5583 2626 260.

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis.....	2
Vorwort.....	3
Beschreibung der Bank.....	4
Beschreibung des Prozesses.....	5
Selbsteinschätzung.....	8
Negativkriterien.....	8
Matrix zur Gemeinwohlbilanz 2012 nach Audit.....	9
Hinweis.....	10
A1 Ethisches Beschaffungswesen.....	10
B1 Ethisches FinanzManagement.....	12
C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung.....	14
C2 Gerechte Verteilung des Arbeitsvolumens.....	18
C3 Forderung und Förderung ökologischen Verhaltens der Mitarbeiterinnen.....	20
C4 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit.....	23
C5 Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz.....	24
D2 Solidarität mit Mitunternehmen.....	28
D3 Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen.....	29
D4 Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen.....	31
D5 Erhöhung des sozialen und ökologischen Branchenstandards.....	32
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	35
E2 Beitrag zum Gemeinwesen.....	39
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	40
E4 Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe.....	43
E5 Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung.....	44
Anhang 1: Fragebogen Arbeitsplatzqualität.....	47
Anhang 2: Fragebogen Zeitmanagement.....	50
Anhang 3: Auflistung des Beitrags zum Gemeinwesen.....	52

VORWORT

Was hat eine Bank mit dem Thema Gemeinwohl zu tun? Diese Frage hat sich – seitdem wir uns mit diesem Thema beschäftigen – wie ein roter Faden durch unsere Arbeit gezogen. Wir haben uns sehr über diese und alle weiteren kritischen Fragen gefreut, denn all diese Fragen haben uns gezeigt, dass wir genau auf dem richtigen Weg sind. Banken werden, oft zu Recht, sehr kritisch betrachtet. Wir wollen zeigen, dass es auch anders geht und haben uns darum intensiv mit dem Thema Gemeinwohl beschäftigt. Aus diesem Grund bitten wir Sie an dieser Stelle, uns eine Chance zu geben und sich die Zeit zu nehmen, den folgenden Bericht genauer zu lesen.

Wir verstehen diese Gemeinwohlabilanz nicht als Marketingtool, sondern viel mehr als einen Weg, uns und unser Tun nach außen hin transparenter zu machen. Um diesen Wunsch nach Offenheit verstehen zu können, bedarf es eines kurzen Blicks in die Vergangenheit.

Als Genossenschaftsbank im Jahr 1901 von Menschen in der Region gegründet, war das Ziel die gemeinschaftliche Beschaffung von Geldmitteln zur Kreditvergabe und von landwirtschaftlichen Gütern. „Was dem Einzelnen nicht möglich ist, das vermögen viele“, war einer der Leitsprüche von F. W. Raiffeisen. Die Linderung der Not und die Befriedigung der wirtschaftlichen Bedürfnisse der Mitglieder standen im Vordergrund des genossenschaftlichen Tuns. Dieser Grundgedanke ist im Laufe der immer schneller werdenden Welt leider etwas ins Hintertreffen geraten. Besonders im Finanzbereich werden viele Unternehmen von der Idee getrieben, möglichst hohe Gewinne zu erzielen, ohne dafür arbeiten zu müssen. So haben die Finanzmärkte in einigen Bereichen ihren Bezug zur realen Welt verloren und sich zu einem gewissen Teil verselbstständigt. Diesem Trend wollen wir entgegenwirken und waren schon länger auf der Suche nach Auswegen und Alternativen.

Vor drei Jahren hat die Raiffeisenbank Lech begonnen, ein neues Leitbild zu erstellen. In dem fast zwei Jahre dauernden Prozess wurden alle Mitarbeiter mit einbezogen. Während der Entstehung haben sich unsere wichtigsten Werte herauskristallisiert. Aus diesem Prozess hat sich für die Bank viel Neues ergeben – dies war auch ein Ansporn, um gemeinsam mit unseren Mitarbeitern nach neuen Wegen zu suchen. Für uns ist das der erste Schritt zu neuen Wegen Richtung Gemeinwohlokonomie.

Wir glauben, dass uns die Gemeinwohlabilanz helfen kann, uns auf unsere Wurzeln zu besinnen und so einen positiven Einfluss auf unser Einzugsgebiet und unsere Region nehmen zu können.

Ein besonderer Dank gilt hier unserem ehemaligen Vorstand Bernd Fischer. Er hat den Samen gestreut, der dieses Projekt hat wachsen lassen.


Sollten nach der Lektüre dieses Berichts noch Fragen ungeklärt geblieben sein, würden wir Sie bitten, uns direkt zu kontaktieren oder uns vor Ort zu besuchen.

Raiffeisenbank Lech/Arlberg

reg. Genossenschaft mbH



Georg Gundolf
Vorstand



Mag. Stefan Schneider
Vorstand



Markus Walch
Vorstand

UNTERNEHMENS-FAKTEN

Firmenname:	Raiffeisenbank Lech/Arlberg
Branche, Rechtsform	Finanzdienstleister, Genossenschaftsbank
Gründung:	1901
Anzahl der MitarbeiterInnen:	29 (per 31.12.2012)
Durchschnittsalter:	40 Jahre (per 31.12.2012)
Durchschnittliche Dienstjahre:	14 (per 31.12.2012)
Durchschnittliche Krankheitstage:	4 (im Jahr 2012)

BESCHREIBUNG DER BANK

Die Raiffeisenbank Lech am Arlberg ist überwiegend im Eigentum von Menschen, die in der Region vor Ort leben und arbeiten. Um auch künftig regional Verantwortung übernehmen zu können, muss unsere Bank erfolgreich und selbstständig sein – und bleiben. Unsere traditionelle Eigentümerstruktur, Rechtsform und damit Unabhängigkeit von fremdbestimmenden Beteiligungen sind ein zentraler Bestandteil unseres Selbstverständnisses. Die Erstellung einer Gemeinwohlbilanz stellt aus unserer Sicht den grundlegenden Bestandteil einer langfristigen Selbstständigkeit dar.

Lech hat sich in den vergangenen Jahrzehnten zu einer bedeutenden und qualitativ hochwertigen Tourismusdestination entwickelt, die von Gästen aus der ganzen Welt geschätzt wird. Parallel zu dieser Entwicklung haben sich für die Raiffeisenbank Lech zwei wichtige Geschäftsfelder ergeben:

Zum einen ist da die Vermögensverwaltung. Lecher und Zürser Gäste schätzen die persönlichen Kontakte und die PrivateBanking-Kompetenz unserer Bank. So wurde die Raiffeisenbank Lech vom renommierten Fuchsreport bereits als „beste Österreichische Bank für Vermögensmanagement“ ausgezeichnet. Die meisten unserer PrivateBanking-Kunden sind langjährige Stammgäste. Seit vielen Jahren vertrauen sie uns ihr Geld an. Und aus so mancher Geschäftsbeziehung ist inzwischen eine wahre Bergfreundschaft entstanden.

Zum anderen fließen Gelder aus dem Private-Banking wiederum in Form von Krediten in die qualitativ-touristische Entwicklung unseres Ortes. Womit wir beim zweiten wichtigen Geschäftsbereich unserer Bank wären: dem Firmenkundengeschäft bzw. der Finanzierung von Betrieben in Lech, Zürs und Warth. Das Privatkundengeschäft spielt hier in Lech im Gegensatz zu vielen anderen Banken-Standorten keine sehr bedeutende Rolle, wird aber dennoch überaus Ernst genommen, da wir unsere wichtige Rolle als Nahversorger in der Region sehen.

Wir arbeiten mit, dass unsere Region ein lebendiger und zukunftsfähiger Lebensraum für seine Bewohner bleibt. Weil wir uns für unseren Lebensraum mitverantwortlich fühlen, nehmen wir teil am öffentlichen Leben und gestalten an der Entwicklung unseres Gemeinwesens in den Dörfern aktiv mit. Die 2006 von uns gegründeten „Initiative Lebensraum Lech“ ist unser drittes Geschäftsfeld und eine wichtige Investition in die Zukunft. So fließt ein Teil des verdienten Geldes wieder zurück. Wir organisieren Veranstaltungen und Workshops, arbeiten aktiv an Projekten wie dem Grünen Ring mit. Wir unterstützen heimische Vereine und sponsern Veranstaltungen.

Durch unsere Rechtsform - die Genossenschaft - sind wir besonders gefordert, gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten und in Krisen für die Menschen in der Region da zu sein. In der Rangfolge unserer Ziele steht eine nachhaltige Entwicklung unseres Raums an oberster Stelle, die besonders jetzt eine gewichtige Rolle spielt. Gewinnmaximierung ist bei uns kein Unternehmensziel. Unsere Entscheidungen werden am stärksten von ortsbezogenen Überlegungen bestimmt. Unsere Berater erhalten keine Provisionen aus verkauften Produkten und haben keine Vorgaben von Verkaufszielen. Aus diesem Grund empfehlen sie vollkommen unabhängig und entscheiden frei im Sinne der Bedürfnisse unserer Kunden. Wir wollen uns Zeit nehmen. Und wir haben uns vorgenommen, alle Kundinnen und Kunden gleich zu behandeln. Egal ob Groß- oder Kleinbetrieb, Privat- oder Geschäftskunde. Denn wir streben langfristige Partnerschaften an.

BESCHREIBUNG DES PROZESSES

Die Entscheidung zur Erststellung einer Gemeinwohlbilanz wurde im März 2012 durch den Vorstand gefällt. Daraufhin folgte Anfang Juni der Besuch einer Informationsveranstaltung in St. Arbogast, in der die Vorarlberger Pionierunternehmen ihre Erfahrungen mit den Zuhörern teilten. Ende Juni wurde Hr. Günther Reifer vom Terra Institut aus Brixen nach Lech in die Raiffeisenbank Lech eingeladen, um ein weiteres Vorgehen und eine evtl. Begleitung durch den Prozess zu besprechen. Nach Erstellung eines Konzepts wurden alle Mitarbeiter Ende September 2012 auf ein Gemeinwohl-Wochenende nach Südtirol eingeladen. Dort wurden im Rahmen des „Be The Change“-Workshops brisante Fragen unserer Zeit – ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit und Sinnerfüllung – behandelt und diskutiert. Die erste Auseinandersetzung mit der Gemeinwohlökonomie war für uns gleichzeitig ein erster Schritt in Richtung Veränderung.



Bild 1: Die Mitarbeiter der Raiffeisenbank Lech auf dem Weg zum Kloster in Mals. Dies waren auch die ersten Schritte in Richtung Gemeinwohlbilanz

Am Ende dieses Wochenende wurde von unseren Vorständen die Frage gestellt, ob in diese Richtung weiter gearbeitet soll. Dabei waren sich die Mitarbeiter einig, und so wurde das Projekt Gemeinwohlbilanz auf breiter Basis gestartet.

Durch die in Südtirol entfachte Begeisterung wurde ohne weitere Verzögerung mit dem Erstellungsprozess der Gemeinwohlbilanz begonnen. In einem ersten Schritt wurden die Mitarbeiter befragt, an welchen Kriterien sie aktiv mitarbeiten möchten. Aufgrund der Rückmeldungen wurden schließlich 17 verschiedene Gruppen gebildet, die mit verschiedensten Mitarbeitern besetzt waren. Jeder Mitarbeiter war im Schnitt in 4 Gruppen tätig, ein Mitarbeiter war bei sämtlichen Gruppenmeetings dabei, um evtl. Überschneidungen koordinieren zu können. Damit bildeten sich die Gruppen nicht aufgrund interner Freundschaften, sondern vielmehr durch ein persönliches Interesse an den jeweiligen Themen. Diese Zusammensetzung hat eine ganz neue Art von Gruppendynamik begünstigt.



Bild 2: Ausarbeitung des Kriteriums A1 in der Kleingruppe

Bei der Ausarbeitung der einzelnen Kriterien hat sich jede Gruppe separat in das Thema eingearbeitet. Dabei konnte jede Gruppe eigenständig arbeiten und hat sich so oft getroffen, wie es notwendig war, um die benötigten Informationen zu beschaffen und auszuwerten. In zwei Feedbackschleifen, die mit Günter Reifer und Simone Tarneller vom Terra Institut durchgeführt wurden, konnten offene Fragen geklärt und Richtungskorrekturen vorgenommen werden. Die Dokumentation des erarbeiteten Wissens erfolgte in einem eigens dafür eingerichteten „Wikipedia“, in dem jede Gruppe ihre Ergebnisse einstellen konnte.

Die Gruppen waren mit 4–6 Personen sehr klein, was eine flexible Zeiteinteilung ermöglichte. Trotz der arbeitsintensiven Wintersaison konnten auf diese Weise sehr viele Inhalte erarbeitet werden. Viele dieser Sitzungen fanden der Einfachheit halber während den Mittagspausen statt. Nach dem Zusammentragen der Informationen wurde dieses Dokument erstellt und die Bewertung vorgenommen. Mitte April 2013 haben wir in einer Abendveranstaltung mit allen Mitarbeitern die Inhalte der gesamte Gemeinwohlbilanz präsentiert, diskutiert und noch einmal gemeinsam überarbeitet und abgestimmt. Gleichzeitig wurden dort auch die weiteren Schritte für die Zukunft definiert.



Bild 3: Präsentation der Ergebnisse der einzelnen Gruppen vor allen Mitarbeitern

Im gesamten Prozess waren alle Mitarbeiter eingebunden. Allerdings haben wir es durch diesen Aufwand geschafft, die Gemeinwohlökonomie innerhalb des Unternehmens auf eine breite Basis zu stellen. So haben wir – ohne das Initial-Wochenende in Südtirol mit eingerechnet – in Summe ca. 500 Mann-/Fraustunden aufgewendet, um die Inhalte dieses Dokuments aufzuarbeiten. Hochgerechnet wären dies ca. 62 Arbeitstage Aufwand für einen Mitarbeiter gewesen.

Auf den folgenden Seiten finden sich detaillierte Beschreibungen der einzelnen Kriterien sowie eine Auflistung jener Mitarbeiter, welche die jeweiligen Inhalte erarbeitet haben. Der fett gedruckte Name kennzeichnet dabei den Gruppenleiter.

Für eine Vereinfachung zur Berechnung der Punktezahl wurden alle Bewertungen kaufmännisch auf eine ganze Zahl gerundet.

SELBSTEINSCHÄTZUNG

		Selbst-Einschätzung
A1	Ethisches Beschaffungsmanagement	16 von 90
B1	Ethisches Finanzmanagement	13 von 30
C1	Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	22 von 90
C2	Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	27 von 50
C3	Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen	6 von 30
C4	Gerechte Einkommensverteilung	44 von 60
C5	Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz	19 von 90
D1	Ethisches Verkaufen	24 von 50
D2	Solidarität mit Mitunternehmen	8 von 70
D3	Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	18 von 90
D4	Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	3 von 30
D5	Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards	9 von 30
E1	Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte/Dienstleistungen	16 von 90
E2	Beitrag zum Gemeinwesen	38 von 40
E3	Reduktion ökologischer Auswirkungen	35 von 70
E4	Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe	60 von 60
E5	Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung	12 von 30
	Gesamt	370 von 1000

NEGATIVKRITERIEN

Die Raiffeisenbank Lech bestätigt, dass wir keines der Negativkriterien erfüllen. Allerdings müssen wir Folgendes erwähnen. In Hinblick auf Tochtergesellschaften in einer Steueroase verhält es sich so: Alle 23 eigenständigen Vorarlberger Raiffeisenbanken sind an der Raiffeisen Landesbank beteiligt. Diese ist wiederum über die Walser Privatbank, bzw. die Walser Raiffeisen Holding, an der Raiffeisen Privatbank Liechtenstein AG beteiligt. So ergibt sich für uns über Umwege eine Beteiligung an einer Tochter in einer Steueroase. Durch eine wechselseitige Beteiligung und eine dementsprechende Verschachtelung lässt sich der absolute Anteil nur schwer quantifizieren. Da diese Verbindung unsererseits nicht aktiv genutzt wird, sehen wir dieses Negativkriterium als nicht erfüllt an.

MATRIX ZUR GEMEINWOHLBILANZ 2012 NACH AUDIT



Gemeinwohl-Bilanz 2012* der Raiffeisenbank Lech

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	1 MENSCHENWÜRDE	2 SOLIDARITÄT	3 ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	4 SOZIALE GERECHTIGKEIT	5 DEMOKRATISCHE MITBESTIMMUNG & TRANSPARENZ
A LIEFERANTINNEN	A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugelaufener Produkte / Dienstleistungen von Lieferantinnen und Dienstleistungserbringern				
B GELDGEBERINNEN	B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte bei der Auswahl der Finanzdienstleistungen; gemeinwohlorientierte Veranlagung und Finanzierung				
C MITARBEITERINNEN INKLUSIVE EIGENTÜMERINNEN	C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GERECHTIGKEIT Schaffung eines menschenwürdigen Arbeitsplatzes, Förderung physischer, geistiger und psychischer Wohlbefindens, Selbstorganisation und Sinnstiftung am Arbeitsplatz, Life Balance, Gleichstellung / Inklusion Benachteiligter max. 60 45	C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT Weitergabe von Information, Know-how, Arbeitskräften, Aufträgen, zinsfreien Krediten; Beteiligung an kooperativen, ethischen und sozialökonomischen, angepassten Bonusssystemen max. 60 35	C3 FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHER PRAXIS DER MITARBEITERINNEN Angebot ökologischer, höherwertiger Produkte/Dienstleistungen; Maßnahmen, -schaffende Berücksichtigung ökologischer Aspekte bei der KundInnenwahl max. 60 10	C4 GERECHTE VERTEILUNG DES ERKOMMENS Betriebliche Einkommensspezifizierung (netto), Einhaltung von Mindesteinkommen und Höchstehelmskommen max. 60 44	C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ Transparenz, Finanztransparenz, Mitentscheidung der Mitarbeiterinnen bei operativen, strategischen Entscheidungen, Wahl der Führungskräfte, Übergabe Eigentum an Mitarbeiterinnen, z.B. Sozialkate max. 60 30
D KUNDINNEN / PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN / MITUNTERNEHMEN	D1 ETHISCHES VERKAUFEN Kundenorientierung/-mitbestimmung, Kooperation mit Verbraucherschutz, ethische, sozialökonomische, angepasste Bonusssysteme max. 50 5	D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN Weitergabe von Information, Know-how, Arbeitskräften, Aufträgen, zinsfreien Krediten; Beteiligung an kooperativen, ethischen und sozialökonomischen, angepassten Bonusssystemen max. 70 8	D3 ÖKOLOGISCHE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN Angebot ökologischer, höherwertiger Produkte/Dienstleistungen; Maßnahmen, -schaffende Berücksichtigung ökologischer Aspekte bei der KundInnenwahl max. 30 9	D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN Soziale Staffierung der Preise, Barrierefreiheit, spezielle Produkte für benachteiligte KundInnen max. 30 3	D5 ERHÖHUNG DER SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS Vorbildwirkung, Entwicklung von höheren Standards mit Mitbestimmung, Lobbying max. 30 30
E GESELLSCHAFTLICHES UMFELD: REGION, SOUVÄRÄN, MITMENSCHEN UND NATUR WELTWIT	E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DL Sinnhaftigkeit der Produkte unter Berücksichtigung nachhaltiger Lebensstile max. 100 0*	E2 BEITRAG ZUM GEMEINWELTEN Gegenseitige Unterstützung und Kooperation durch Finanzmittel, Dienstleistungen, Produkte, Logistik, Zeit, Know-how, Wissen, Kontakte, Einfluss max. 60 38	E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN Reduktion der Umweltauswirkungen auf ein zukunftsweisendes Niveau: Ressourcen, Energie & Klima, Emissionen, Abfälle etc. max. 70 14	E4 MINIMIERUNG DES GEWINNAUSSCHÜTTUNG AM EXTERNEN Nichtverzinsung oder nur Inflationausgleich für das Kapital nicht-mitarbeitender Eigentümerinnen max. 30 3	E5 GESELLSCHAFTLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG Berichterstattung nach Global Reporting Initiative (GRI), Gemeinwohlbericht, Stakeholder-Mitbestimmung max. 30 6
NEGATIV-KRITERIEN	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte max. 200 0 Menschenwürdige Produkte, z.B. Tetraminen, Atomstrom, GMO max. 200 0 Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen max. 100 0	Feindliche Übernahme max. 200 0 Sperrpatente max. 100 0 Dumpingpreise max. 200 0	Massive Umweltbelastungen für Ökosysteme max. 200 0 Grobe Verstöße gegen Umweltauflagen (z.B. Grenzwerte) max. 100 0 Genbanks, Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) max. 100 0	Ungleichbehandlung von Frauen und Männern max. 200 0 Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerungen bei Gewinn max. 100 0 Tochter in Steueroasen max. 200 0 Eigenkapitalverzinsung > 10 % max. 200 0	Nichterfüllung aller Beteiligungen und Rechte max. 100 0 Verhinderung eines Betriebsrats max. 100 0 Nichterfüllung aller Finanzflüsse an Lobbye / max. 200 0 Eintragung in das EU-Lobbyregister max. 200 0

Gemeinwohl-Matrix 4.0: Die Version gilt für alle Bilanzen, die ab dem 1. März 2012 für das soziale Bilanzjahr erhebt werden.

von gesamt max. 1.000 erreichbaren Punkten | 329

*) DIE GEMEINWOHLBILANZ 2012 IST DIE AKTUELLE GÜLTIGE VERSION, DIE NÄCHSTE GWB WIRD VORRÄUSCHLICH IM KOMMENDEN JAHR ERSTELLT. DEN UNTERSÜHRTEN BEREICH 2012 ZUM CLM ANSONSTEN BLIENZ DER RAIFFEISENBANK LECH MIT EINER DETAILLIERTEN BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN KÖNNEN SIE HIER HERUNTERLADEN (PDF): WWW.LECHBANK.COM/GEMEINWOHLBERICHT



HINWEIS

Im folgenden Bericht ist die gesamte Punktevergabe auf der Eigenbewertung der Raiffeisenbank Lech aufgebaut. Im Zuge des Audits wurde bei verschiedenen Kriterien die Punktezahle erhöht, bestätigt oder verringert. Am Ende jedes Kriteriums finden Sie die Punktezahle die der Auditor uns für das jeweilige Kriterium schlussendlich gegeben hat.

A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSWESEN

Beiser Simon, Grabher Simone, Jochum Manfred, Lackner Wolfgang, Plank Inge, Stöckler Anna

1) Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen

Zu Beginn der Arbeit dieser Gruppe erfolgte eine Identifikation der wesentlichen Produkte und Dienstleistungen, die unsererseits beschafft werden. Hierzu haben wir über unsere eingegangenen Rechnungen eine Aufstellung aller Lieferanten bzw. zugekauften Leistungen in einer Liste erstellt und diese nach Umsatzhöhe absteigend sortiert.

Diese Liste umfasst in Summe 205 Positionen. Der Wert der Aufträge lag im Jahr 2012 zwischen 10,- und 62.000,- Euro. Die 25 umsatzmäßig stärksten Lieferanten nach Umsätzen absteigend sortiert:

Sonstige (Beträge je Lieferant < 6000,-)	177.000,-
Grafische Gestaltung inkl. Druck	62.000,-
Schulungsaufwendungen	52.000,-
Siemens	34.000,-
UNIQA	31.000,-
VKW	30.000,-
Lech Zürs Tourismus GmbH	23.000,-
Bloomberg	19.000,-
Vorarlberger Medienhaus	18.000,-
Skilifte Lech	12.000,-
Vertrend Media Production GmbH	10.000,-
Ender Klimatechnik	10.000,-
Cancom	9.000,-
Echo Zeitschriften u. Verlags GmbH	9.000,-
Strema Bank- u. Alarmtechnik GmbH	8.000,-
Tischlerei Ladner Alois	8.000,-
Gemeinde Lech	8.000,-
AV-Verlag	8.000,-
Heizung	7.000,-
Hotel Krone, Lech	7.000,-
La Loupe	7.000,-
Sabine Hübner	7.000,-
Betriebsrat	6.000,-
Elektro Willi	6.000,-
Huber Uhren Schmuck GmbH	6.000,-
Sportalp Lech	6.000,-
Summe	580.000,-

Zusätzlich wurde bei dieser Auflistung eine Kategorie eingeführt, in der wir unserer Lieferanten nach geografischer Lage klassifizieren: Lech, Vorarlberg, Österreich, Europa,

Welt. Nach Analyse der Umsätze unserer Lieferanten, beziehen wir 56% unserer Produkte von Lieferanten aus Lech oder Vorarlberg.

Ausgenommen von dieser Betrachtung sind Zahlungen an die Raiffeisen Landesbank (RLB) und das Raiffeisen Rechenzentrum (RRZ), da wir auf diese Aufwände keinen Einfluss nehmen können. In beiden Fällen wird uns aufgrund unserer Bilanzsumme eine Zahlung in den verschiedenen Sparten zugewiesen.

Im nächsten Schritt wurden die Lieferanten nach Themengebieten in 12 verschiedene Gruppen zusammengefasst und dort neuerlich nach Umsatzhöhe absteigend sortiert. Dabei ergab sich folgende Reihung:

Drucksorten, Geschenke, Inserate	181.000,-
Sponsoring, Unterstützungen, Spenden	104.000,-
Instandhaltung Gebäude	88.000,-
Schulungsaufwendungen	52.000,-
Energie	40.000,-
Versicherungen	39.000,-
Anlagekonto	34.000,-
EDV	20.000,-
Bürobedarf	11.000,-
Treibstoffe	5.000,-
Zeitungen	4.000,-
Reinigungsmaterialien	2.000,-
Summe	580.000,-

Bei klassischen Produkten wie bspw. der Bezug von Fernwärme aus dem Heizwerk Lech berücksichtigen wir bereits regionale und soziale Aspekte. Allerdings nutzen wir derzeit noch nicht 100% Ökostrom, sondern einen Stromtarif mit ca. 80%-Anteil an erneuerbaren Energien. In Bezug auf regionale Aspekte sind wir bei der Auswahl unserer Lieferanten gemäß obiger Auswertung schon erfahren, da wir über 50% der Leistungen direkt aus unserer Gemeinde, bzw. unserem Bundesland beziehen.

Fortgeschritten 25% von 45 Punkten = 11 Punkte

2) Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter Produkte und Dienstleistungen und Prozesse zur Sicherstellung

Es gibt hier keine Prozesse zur Auseinandersetzung mit diesem Thema, sondern lediglich persönliche Gespräche/Telefonate unserer Mitarbeiter, die Aufträge erteilen. Somit bleibt derzeit nur das persönliche Gespür dieser Mitarbeiter bezüglich Identifikation von Risiken zugekaufter Produkte. In jedem Teilbereich setzten sich die Mitarbeiter bereits mit ihren Themen und den dort vorhandenen (möglichen) Risiken der Produkte und Dienstleistungen auseinander.

Erste Schritte 5% von 36 Punkten = 2 Punkte

3) Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung

Die Raiffeisenbank Lech verzichtet komplett auf preisgetriebene Beschaffungsprozesse und pflegt mit fast allen Lieferanten langfristige und sehr enge Beziehungen. Wir haben kein Interesse, unsere Lieferanten durch niedrige (gedrückte) Preise in eine wirtschaftlich schwierige Position zu bringen. Es gibt zwar den Grundsatz, immer zwei Angebote einzuholen, allerdings dient dies nur zur Überprüfung, ob der Preis unseres Lieferanten im

allgemeingültigen Rahmen liegt. Frei nach dem Prinzip „leben und leben lassen“ haben wir auch aufgrund unserer regionalen Ausrichtung sehr freundschaftliche Beziehungen zu unseren Lieferanten.

Fortgeschritten 30% von 9 Punkten = 3 Punkte

Selbstbewertung A1 16 von 90 Punkte

Auditorbewertung A1 16 von 90 Punkte

A1 Handlungsempfehlungen:

- 1) Umstellung auf Ökostrom
- 2) Bei der Auswertung der Daten hat sich gezeigt, dass es schon sehr aufwändig ist, die entsprechenden Zahlen zu beschaffen. Aus diesem Grund muss überlegt werden, ob bei der Eingabe und Erfassung der Rechnungen nicht gleich einige wenige Kriterien mit dem Fokus auf das Gemeinwohl miterfasst werden sollen, um künftig diese tiefer gehende Auswertung auf Knopfdruck zu ermöglichen.
- 3) Weiters soll ein Lieferantenbewertungstool entwickelt werden, um künftig schnell und einfach zwei verschiedene Angebote vergleichen zu können – nicht nur anhand des Preises, sondern auch nach Kriterien, die sich am Gemeinwohl orientieren.
- 4) Mit den Vorständen muss erarbeitet werden, wie künftig entschieden wird, welche Produkte gekauft werden – vor allem auch im Hinblick auf evtl. entstehende Mehrkosten.
- 5) Grundsätzlich sollte der interne Ablauf des Beschaffungswesens überprüft werden, da im Moment überproportional viele Personen aus den verschiedensten Bereichen involviert sind.
- 6) Hinterfragen, was in den laut Bilanzschlüssel der RLB zugeteilten Posten enthalten ist, da diese Zahlen in der vorliegenden Betrachtung ausgeklammert werden mussten.

B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT

Moritz Maria-Luise, Reitbauer Michaela, Schwaighofer Nikolaus, **Walch Wolfgang**

1) Ethisch-ökologische Qualität des Finanzdienstleisters

Die Raiffeisenbank Lech ist seit ihrer Gründung 1901 in der Rechtsform einer Genossenschaft tätig. Dies bedingt, dass jeder unserer Kunden gleichzeitig auch Besitzer der Bank werden kann. Ein Anteil an der Genossenschaft kann für 15,- Euro erworben werden. Pro juristischer oder natürlicher Person kann nur ein Anteil erworben werden. Eine Mitgliedschaft bringt aber auch eine Haftung mit dem 20fachen der Einlage (300,- Euro) mit sich.

Soweit die Aufzeichnungen zurückreichen, und wie die ältesten Mitarbeiter berichten, wurde noch nie eine Dividende an die Besitzer ausgeschüttet – außer der vorzüglichen Verköstigung bei der jährlichen Generalversammlung. Laut Satzungen kann allerdings im Zuge jeder Generalversammlung über den Vorschlag des Vorstands eine Dividende ausgeschüttet werden. Grundsätzlich ist diese Rechtsform für eine Bank wohl am Besten

geeignet, um das Gemeinwohl zu fördern, denn in den Satzungen der Bank ist der Unternehmenszweck wie folgt formuliert:

„Die Raiffeisenbank Lech bietet allen Menschen in ihrem Tätigkeitsgebiet (Lech/Zürs/Warth) eine demokratische Grundlage zur partnerschaftlichen Zusammenarbeit. Sie motiviert die Menschen, in der Gemeinschaft ihre Probleme selbstständig und eigenverantwortlich zu lösen.“

Somit ist der Zweck unserer Existenz – schon laut Satzungen – dem Gemeinwohl untergeordnet.

Neben diesen grundlegenden Fakten haben wir eine Aufstellung über die Herkunft unserer finanziellen Mittel erarbeitet und diese wie folgt gegliedert:

1) Kunden-Einlagen:

- Den Großteil unserer Kunden kennen wir persönlich und können daher die Herkunft ihrer Gelder sehr genau nachvollziehen und auf Plausibilität prüfen.
- Als Minuspunkt müssen wir allerdings drei bis vier bestehende Kunden sehen, die aus „exotischen“ Ländern oder auch Ländern stammen, die aufgrund ihres Umgangs mit Menschenrechten in internationaler Kritik stehen. Deren Mittelherkunft ist für uns schwieriger nachvollziehbar.

2) Raiffeisenlandesbank Vorarlberg:

- Der größte Vorteil an der Struktur der Raiffeisenbanken ist, dass wir Miteigentümer unseres eigenen Hauptfinanzdienstleisters sind. Dadurch glauben wir, die Geschäftspraktiken und Finanzethik der RLB sehr genau zu kennen.
- Durch die Genossenschafts-Struktur verfolgt Raiffeisen im Gegensatz zu vielen Großbanken nicht den Shareholder-Value als oberstes Ziel. Dies zeigt, wie sehr die Struktur einer Genossenschaft dem Gemeinwohl-Gedanken zuträglich ist.
- Der Gewinn der RLB wird regional erwirtschaftet.
- Die RLB wurde zum besten Arbeitgeber Vorarlbergs gewählt.
- Als kritisch zu betrachten sehen wir allerdings das Osteuropa-Engagement von Raiffeisen International, an der wiederum die Raiffeisen Landesbank beteiligt ist.

Die Beschaffung der finanziellen Mittel funktioniert in Falle der Raiffeisenbank Lech wie folgt: Grundsätzlich haushaltet die Bank mit ihren eigenen Mittel, so wie auch alle anderen 23 eigenständigen Raiffeisenbanken im Bundesland Vorarlberg. Wenn zusätzliches Kapital benötigt wird, haben wir uns freiwillig vertraglich verpflichtet, das Geld über einen Verbund aus den einzelnen Raiffeisenbanken, nämlich die Raiffeisen Landesbank Vorarlberg, zu beschaffen. Sollte auch hier höherer Bedarf an Mitteln bestehen, kann die Raiffeisenlandesbank diese Mittel entweder von der Raiffeisenzentralbank beschaffen oder selbstständig Anleihen auflegen, um auf diese Weise Kapital am Markt zu lukrieren. Die Rechtsform der Genossenschaft ist also eine „Bottom-Up“-Struktur innerhalb des Bankenwesens. Durch diese Struktur und die Regionalität bekommen soziale und ökologische Aspekte automatisch eine höhere Gewichtung.

Fortgeschritten

30% von 6 Punkten = 2 Punkte

2) Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Bei der Annahme von Kapital erfolgt eine Prüfung auf gesetzlicher Grundlage. Das ist im Normalfall ausreichend. Darüber hinaus wird im Zuge des Kundengesprächs gefragt, was der Kunde beruflich macht und wie sich seine private Situation darstellt. Dies wird zwar nicht nach einem im Ablauf klar definierten Prozess ausgewertet, sollte dabei aber etwas speziell „auffallen“ (Intuition des Kundenberaters), werden die Kontobewegungen genauer geprüft und die Kundenbeziehung eventuell auch aufgelöst. Wenn sich im Zuge des Gesprächs zeigt, dass den Kunden die Philosophie der Raiffeisenbank nicht interessiert, sondern ausschließlich die Konditionen, wird auf eine Kundenbeziehung verzichtet. Denn unsere Stärke sind nicht die Konditionen sondern viel mehr die Beziehung und Nähe zum Kunden.

Ein Beispiel dafür: Im Sommer 2005 wurde Lech von Hochwasser in Mitleidenschaft gezogen. Dabei entstand enormer wirtschaftlicher Schaden. Als Soforthilfe hat die Bank beschlossen, Kredite mit reduzierten Zinsen auszugeben – dabei wurde über Nacht ein Verzicht auf ein Zinsvolumen bis zu einer Mio. Euro beschlossen. Zum Glück waren die Schäden nicht so groß wie angenommen, es musste nicht das ganze Volumen abgerufen werden. Damit verzichtet die Raiffeisenbank Lech auf ihren Zinsertrag. Aus den genannten Gründen bewerten wir uns als

Erfahren 50% von 18 Punkten = 9 Punkte

3) Gemeinwohlorientierte Finanzierung

Aufgrund unserer Rechtsform gibt es fast nur Eigenkapitalgeber ohne Mitarbeit im Unternehmen, aber alle diese Eigenkapitalgeber sind unsere Kunden. Die beschriebene Hochwasseranleihe war ein Zusammenbringen von gemeinwohlorientierter Finanzierung und Veranlagung. All unsere Finanzierungen erfolgen aufgrund unserer Rechtsform aus einer nicht gewinnausschüttenden Bank.

Fortgeschritten 30% von 6 Punkten = 2 Punkte

Selbstbewertung B1 13 von 30 Punkte

Auditorbewertung B1 3 von 30 Punkte

B1 Handlungsempfehlungen:

- 1) Mehr Mittel aus der Region beschaffen und der Region zur Verfügung stellen
- 2) Einfluss auf die Raiffeisenlandesbank bezüglich gemeinwohlorientierter Mittelbeschaffung nehmen

C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

Beiser Simon, Gantschnig Elisabeth, Grabher Simone, **Stöckler Anna**

1) Arbeitszeiten (freiwillig und selbstbestimmt, nicht betrieblich verordnet)

Bei der Bearbeitung dieses Kriteriums ist aufgefallen, dass es einige Fragen gibt, die nie explizit an die Mitarbeiter gestellt wurden. Als Konsequenz daraus wurde ein Fragebogen ausgearbeitet, um eine Rückmeldung der Mitarbeiter zu diesen Themen zu bekommen. Den gesamten Fragebogen sowie alle Ergebnisse finden Sie im Anhang 1.

In der Raiffeisenbank Lech gelten gleitende Arbeitszeiten. Die Mitarbeiter in den verschiedenen Abteilungen (Schalter, Empfang, PrivateBanking, Kundenberatung, Backoffice, usw.) sind grundsätzlich selbst dafür verantwortlich, dass zu den Öffnungszeiten der Bank die entsprechenden Stellen besetzt sind. Auch die Urlaubsabwicklung wird direkt in den Abteilungen abgestimmt. Es gibt verschiedene Teilzeitmodelle in Abstimmung mit den Wünschen der Mitarbeiter. Derzeit arbeiten vier Mitarbeiterinnen in Teilzeitmodellen. Diese Modelle sind auf verschiedene Arbeitstage in der Woche ausgerichtet. Die Menge der wöchentlichen Sollarbeitszeit wird in Abstimmung mit den Vorständen definiert und entsprechend vertraglich geregelt. So haben wir verschiedene Verträge von 15 bis maximal 38,5 Stunden pro Woche. Wenn sich aufgrund einer Veränderung der Arbeitsmenge in einer Abteilung eine neue Voraussetzung ergibt, kann dies schnell und unbürokratisch mit unseren Vorständen besprochen und angepasst werden.

Fortgeschritten 30% von 18 Punkten = 5 Punkte

2) Arbeitsplatzgestaltung

Die gesamte Bank verfügt über barrierefreie Zugänge. Bei der Wahl des Arbeitsortes sind wir aufgrund unserer Art des Geschäfts grundsätzlich ein wenig eingeschränkt. Trotzdem wurde extra für einen Mitarbeiter eine Homeoffice-Infrastruktur angeschafft. Entspannungsmöglichkeiten in der Bank gibt es nicht in Form eines deklarierten Ruheraums, allerdings wurde eines der Beraterbüros im ersten Stock mit großzügigen Ledercouches ausgestattet. Dieses Büro dient hin und wieder als Rückzugsort. Es kann allerdings nur außerhalb der Öffnungszeiten genutzt werden. Im zweiten Stock, in dem sich die Schreibtischarbeitsplätze der Mitarbeiter befinden, steht eine kleine Terrasse zur Verfügung, die von den Rauchern frequentiert wird. Gartenmöbel laden ein, sich ein wenig zu setzen und die Sonne sowie den rauschenden Bach zu genießen. Im dritten Stock befindet sich ein großes Sitzungszimmer mit direktem Blick auf die Kirche. Wenn dieses Zimmer nicht besetzt ist, hat man neben der Kaffeeküche einen angenehm ruhigen Rückzugsort.

Beim Neubau der Bank im Jahr 2004 waren alle Mitarbeiter aufgefordert, sich an der Gestaltung des Gebäudes zu beteiligen. Aus diesen Ideen entstand die Bank, wie sie heute besteht. Es wurde bewusst kein Architekturwettbewerb ausgeschrieben. Im Erdgeschoss befinden sich der Schalter sowie zwei Ausstellungsräume, die auch getrennt voneinander genutzt werden können. Im ersten Obergeschoss sind der Kundenempfang sowie die Beratungsbüros untergebracht. Diese Büros werden allerdings nur für Termine mit Kunden genutzt. Im zweiten Obergeschoss sind alle Mitarbeiter mit ihren Schreibtischen angesiedelt. Hier wurden die Büros nach den Anforderungen der Mitarbeiter geplant. Beispielsweise haben Firmenkundenbetreuer und der PrivatBanking-Bereich jeweils einen sternförmigen Schreibtisch, an dem jeder seinen eigenen Arbeitsplatz hat, aber auch die Zusammenarbeit im Team gewährleistet ist. Am Rande dieser Tische ist jeweils die Marktfolge zu den beiden Themenbereichen angeordnet. So können die Teams ihre Zusammenarbeit optimal gestalten.

Bei den Punkten, die unter „erste Schritte“ stehen, haben wir gemäß des Fragebogens noch unausgeschöpftes Potential. Da wir allerdings einige Punkte von fortgeschritten bis vorbildlich erfüllen, bewerten wir uns als

Fortgeschritten 30% von 9 Punkten = 3 Punkte

3) Physische Gesundheit und Sicherheit

Bezüglich Ergonomie der Arbeitsplätze wurde seit dem Neubau der Bank 2004 nicht mehr viel über dieses Thema gesprochen. Aus diesem Grund haben wir uns im erarbeiteten Fragebogen mit diesem Themen befasst. Die Häufigkeit der Antworten sind die Zahlen in roter Farbe:

Frage 1: Wie findest du deinen Arbeitsplatz im Bezug auf ...?

Luftfeuchtigkeit	1 sehr gut	9 gut	7 mittelmäßig	4 schlecht	sehr schlecht
Temperatur	3 sehr gut	7 gut	5 mittelmäßig	6 schlecht	1 sehr schlecht
Licht	11 sehr gut	8 gut	mittelmäßig	1 schlecht	sehr schlecht
Lautstärke/Lärmpegel	5 sehr gut	8 gut	4 mittelmäßig	4 schlecht	sehr schlecht
Musik	5 sehr gut	5 gut	5 mittelmäßig	3 schlecht	1 sehr schlecht

Frage 3: Hast du an deinem Schreibtisch gut Platz zum Arbeiten?

13 sehr gut 4 gut 3 mittelmäßig schlecht 1 sehr schlecht

Frage 20: Wie zufrieden bist du allgemein mit deinem Schreibtisch (Stuhl, PC, etc.)?

Stuhl	11 sehr gut	7 gut	2 mittelmäßig	1 schlecht	sehr schlecht
PC	9 sehr gut	8 gut	3 mittelmäßig	1 schlecht	sehr schlecht
Tastatur	11 sehr gut	9 gut	1 mittelmäßig	schlecht	sehr schlecht
Schreibutensilien	13 sehr gut	5 gut	2 mittelmäßig	schlecht	sehr schlecht

Diese Rückmeldungen zeigen, dass es trotz des jungen Alters unserer Räumlichkeiten und der implementierten Technik bezüglich Belüftung noch Aufholbedarf für Verbesserungen gibt. Es muss nun ein Prozess gestartet werden, damit speziell die anonymen Bewertungen mit „sehr schlecht“ ein Gesicht bekommen und wir diese aufgezeigten Probleme lösen können. Auch die Ausstattung mit Stühlen hat Verbesserungspotential, das es nun konkret zu identifizieren gilt.

Die Raiffeisenbank Lech achtet auf die Gesundheit der Mitarbeiter – so steht beispielsweise in der Kaffeeküche Obst zur freien Entnahme bereit. Für sportliche Aktivitäten gibt es die Möglichkeit, den Sportpark gratis zu nutzen. Zusätzlich finden im Rahmen der Initiative Lebensraum Lech regelmäßig Veranstaltungen zum Thema Sport oder Ernährung statt, diese können von allen Mitarbeitern in der Arbeitszeit kostenlos besucht werden. Die Auswertung des Fragebogens hat bestätigt, dass die Bank sehr wohl auf die körperliche Gesundheit der Mitarbeiter achtet. Zudem wurde eine offene Frage gestellt, um Verbesserungspotentiale zu identifizieren.

Frage 4: Achtet die Bank auf deine körperliche Gesundheit?

6 sehr gut 10 gut 4 mittelmäßig schlecht sehr schlecht

Frage 5: Was könnte die Bank für deine körperliche Gesundheit tun, bzw. anbieten?

Größere Bildschirme, gemeinsamer Sport, Sitzpolster, Physiotherapie, Blumen, Gesundheitsball

Erfahren

50% von 9 Punkten = 5 Punkte

4) Psychische Gesundheit

Rund um die psychische Gesundheit findet einmal jährlich eine Veranstaltung statt, an der alle Mitarbeiter teilnehmen müssen. An diesem Arbeitertag wird mit verschiedensten Programmen auf die Entwicklung oder die Probleme und Herausforderungen der Mitarbeiter und der Bank eingegangen. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, über den Betriebsrat einen Psychologen aufzusuchen. Darüber hinaus steht es allen Mitarbeitern offen, Kurse zur Persönlichkeitsentwicklung an der Raiffeisenakademie oder anderen Institutionen zu besuchen. Die Kurskosten werden komplett von der Bank getragen. Es hat sich aber gezeigt, dass dieses Angebot nicht allen Mitarbeitern bekannt war. Darum wurde dies auch im Fragebogen erhoben, ebenso wie eine allgemeine Frage zur geistigen Gesundheit.

Frage 23: Kennst du das Kursprogramm zur Persönlichkeitsbildung?

12 ja 8 nein

Frage 24: Möchtest du Kurse zur Persönlichkeitsbildung besuchen?

12 ja 7 nein

Frage 6: Achtet die Bank auf deine geistige Gesundheit?

4 sehr gut 13 gut 3 mittelmäßig 1 schlecht sehr schlecht

Da jährlich nur ein fixer Tag für die psychische Gesundheit verpflichtend ist und jeder Mitarbeiter die Möglichkeit hat, freiwillig und kostenlos weitere Kurse zu besuchen, bewerten wir uns mit

Fortgeschritten 20% von 13,5 Punkten = 3 Punkte

5) Selbstorganisation, Zufriedenheit am Arbeitsplatz, Sinnstiftung

Das Thema Selbstorganisation und Sinnstiftung wird in der Bank folgendermaßen gehandhabt: Aufgrund der sehr flachen Hierarchie werden die Aufgabenstellungen der einzelnen Abteilung meist über die Geschäftsleitung vergeben. Die Lösung dieser Aufgaben obliegt aber dem jeweiligen Team und wird so gut wie immer von der Geschäftsleitung akzeptiert.

Eine Hierarchie innerhalb der Organisation kann man als Mitarbeiter der Bank nur an wenigen Punkten spüren (z.B.: Unterschriften). So sind unsere drei Vorstände jederzeit für die Mitarbeiter erreichbar. Grundsätzlich kann aber jedes Anliegen mit dem jeweiligen Vorstand zeitnahe ohne Terminvereinbarung erfolgen. Ein schönes Beispiel dafür ist auch, dass einer der Vorstände an einem 4er-Schreibtisch mit seinem Team arbeitet und somit eigentlich immer verfügbar ist. Auch die beiden anderen Vorstände haben stets ihre Türe offen. Diese „Kultur der offenen Tür“ zeigt, dass es keine gelebte Hierarchie gibt.

Im Bezug auf Mitbestimmung bei der Gestaltung der Aufgaben sehen wir uns gut aufgestellt. Die Mitarbeiterbefragungen finden nicht in institutionalisierter Form statt, fließen aber in das jährliche Mitarbeitergespräch mit dem Vorgesetzten ein. Da es in unserem Unternehmen nur zwei Hierarchiestufen gibt, die sich die Mitarbeiter untereinander nicht spüren lassen, sehen wir uns als

Fortgeschritten 25% von 13,5 Punkten = 3 Punkte

6) Gleichstellung und Gleichbehandlung von Mann und Frau

Rund um das Thema der Gleichstellung von Mann und Frau gibt es in unserer Bank keinerlei Aktivitäten. Allerdings lässt sich hier auch kein großes Konfliktpotential ausmachen, dies haben die persönlichen Gespräche gezeigt. Es herrscht in den Abteilungen ein „gesunder Mix“ von Männern und Frauen, lediglich auf Vorstands- und den Prokuristen-Ebene sind keine Frauen vertreten. So sehen wir uns am oberen Ende von

Erste Schritte 10% von 18 Punkten = 2 Punkte

7) Benachteiligte (z.B. Menschen mit Behinderung, MigrantInnen, Langzeitarbeitslose)

Im Bezug auf benachteiligte Menschen gibt es keine Schulungen zum Thema Anti-Diskriminierung oder eine über das Gesetzliche hinausreichende Quote.

Erste Schritte 5% von 9 Punkten = 1 Punkt

Selbstbewertung C1 **22 von 90 Punkte**

Auditorbewertung C1 **45 von 90 Punkte**

C1 Handlungsempfehlungen:

- 1) Lösungssuche für die durch den Fragebogen aufgezeigten Probleme beim Raumklima bzw. der Arbeitsplatzgestaltung
- 2) Anregungen zu Verbesserung der physischen Gesundheit prüfen (größere Bildschirme, gemeinsamer Sport, Sitzpolster, Physiotherapie, Gesundheitsball)
- 3) Interne Bekanntmachung des Programms für Persönlichkeitsbildung an der Raiffeisenakademie
- 4) Institutionalisierung von jährlichen Mitarbeiterbefragungen
- 5) Prüfung, ob Handlungsbedarf im Bereich von Gleichstellung/Gleichbehandlung von Mann und Frau besteht
- 6) Überdenken, wie eine Integration von benachteiligten Menschen bei uns in der Bank funktionieren kann
- 7) Den Einsatz von „Great place to work“ als Messinstrument für dieses Kriterium andenken

C2 GERECHTE VERTEILUNG DES ARBEITSVOLUMENS

Gantschnig Elisabeth, Gumpitsch Nicole, Huber Melanie, Reis Sigrid, Rinderer Annemarie

1) Senkung der Normalarbeitszeit

Die Regelarbeitszeit liegt bei uns bei 38,5 Stunden pro Woche. Derzeit arbeiten vier Teilzeitkräfte – von insgesamt 27 Angestellten– in der Bank, was einer Quote von ca. 15% entspricht. Es gibt für alle Mitarbeiter ein Zeiterfassungs-System mit minutengenauer Abrechnung, ausgenommen davon sind die Vorstände und einer der Prokuristen, für sie wird keine Zeit erfasst. Durch unser Zeiterfassungssystem lassen sich mit geringem Aufwand Auswertungen zu den Arbeitszeiten machen.

Grundsätzlich hat jeder Mitarbeiter einen Zeitrahmen von +/-15 Stunden, in dem er sich bewegen kann. Wenn am Ende eines Monats ein Mitarbeiter mehr als 15 Überstunden hat, wird ihm die darüber hinausgehende Zeit nicht angerechnet – am Anfang des nächsten Monats bleiben nur noch +15 Stunden übrig. Dies soll dazu dienen, dass die Mitarbeiter selbst darauf Wert legen, dass ihre Arbeitszeit in einem Monat ausgeglichen ist. Sollte es aufgrund von Projekten einmal ein erhöhtes Stundenaufkommen geben, kann mit den Vorständen eine Sonderregelung vereinbart werden, sodass die Überstunden am Ende des Monats nicht gestrichen werden. Sollte der Stundenrahmen am Ende des Monats unter -15 Stunden liegen, werden Urlaubstage in Stunden umgerechnet, um das Stundenkonto auf diese Weise aufzufüllen.

Bei der Zeitausgleich-Regelung lassen sich keine ganzen Tage als Zeitausgleich konsumieren, um der ansonsten beliebten Vorgangsweise „Überstunden machen und dann den Urlaub verlängern“ vorzubeugen. Diese Regelung ist für alle Mitarbeiter gleich und wird so auch akzeptiert. Somit kann mit einer Auswertung aller Stunden, die am Ende eines Monats gestrichen wurden, eine exakte Aussage getroffen werden, wie viele Arbeitsstunden im Monatsmittel nicht als Zeitausgleich konsumiert werden konnten. Im Jahr 2012 waren das für alle Mitarbeiter der Bank insgesamt 169 Stunden, was 14 Stunden pro Monat entsprechen. Dies ist pro Mitarbeiter ca. eine halbe Stunde im Monat – somit kann man von praktisch keinen Überstunden im Jahresschnitt sprechen.

Wenn man diese Stunden über das Jahr mit einer neuen Arbeitskraft abdecken wollte, wäre eine Arbeitskraft notwendig, die in allen Bereichen der Bank einsetzbar ist und so diese einzelnen Stunden abfangen kann. Leider gibt es keine solcherart flexible Arbeitskraft mit dem nötigen Fachwissen. Zudem wäre das Ausmaß der Beschäftigung zu gering, außer andere Mitarbeiter würden ihre Stundenzahl reduzieren, was derzeit nicht angedacht ist.

In der Raiffeisenbank Lech gibt es keine Leiharbeitskräfte und nur einen externen Mitarbeiter, der im Marketingbereich tätig und vorrangig für alle grafischen Umsetzungen verantwortlich ist. Hier handelt es sich im Durchschnitt um ein Volumen von 1–2 Tagen in der Woche, abhängig von der Menge anstehender Projekte.

Im Zuge dieses Kriteriums wurde ein Fragebogen erarbeitet (siehe Anhang 2), in dem Themen zum Zeitmanagement abgefragt wurden. Auch hier zeigen die roten Zahlen neben den Ergebnissen die Häufigkeit der Antworten. Die wichtigste Frage war dabei wohl jene zur generellen Zufriedenheit der Mitarbeiter mit ihrer Arbeitsstundenzahl.

Frage 1 Seid ihr zufrieden mit der vorgegebenen Arbeitsstundenanzahl?

8 sehr zufrieden **9** zufrieden **2** unentschieden unzufrieden sehr unzufrieden

Diese Antworten zeigen, dass es eine grundlegende Zufriedenheit mit dem Arbeitsvolumen gibt. Die beiden unentschiedenen Fälle müssten ausfindig gemacht und dann die Situation verbessert werden.

Es gibt derzeit noch 5 Mitarbeiter mit Überstundenpauschalen. Dies wird bei neuen Verträgen nicht mehr gemacht. Zudem sind laut Fragebogen-Ergebnissen jene Mitarbeiter, die eine Überstundenpauschale haben, zufrieden. Da wir aber noch Verträge mit Überstundenpauschalen haben – wenn auch aus anderen Beweggründen als zur reinen Wochenstundenerhöhung – bewerten wir uns als

Erfahren

60% von 37,5 Punkten = 23 Punkte

2) Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle (bei voller Bezahlung)

Bei Neueinstellungen aufgrund von Überstundenabbau sind wir nicht betroffen, da wir praktisch keine Überstunden im Jahresmittel zu verzeichnen haben. Da 15% unserer Mitarbeiter als Teilzeitkräfte angestellt sind und noch weitere Mitarbeiter als Teilzeitkräfte arbeiten könnten, wenn sie dies wollten, bewerten wir uns als

Fortgeschritten 30% von 12,5 Punkten = 4 Punkte

Selbstbewertung C2 **27 von 50 Punkte**

Auditorbewertung C2 **35 von 50 Punkte**

C2 Handlungsempfehlungen:

- 1) Die letzten Überstundenpauschalen abbauen
- 2) Gestrichene Überstunden mit jedem Mitarbeiter besprechen, wenn dies zu viele sind – und nach gemeinsamen Lösungen suchen
- 3) Ergebnisse des Fragebogens und der Mitarbeiterdiskussion zum Thema Zeitmanagement genauer analysieren
- 4) Regelungen wie z.B. Stempelungen bei Veranstaltungen vorher fixieren, anschließend in Arbeitszeitregelung (Dienstanweisung) einfließen lassen

C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

Grabher Simone, Lackner Wolfgang, **Meier Wilhelm**, Schnell Sabine, Stöckler Anna, Walch Hubertus

1) Betriebsküche/Ernährung während der Arbeitszeit

Bei der Ernährung gibt es keine gezielten Maßnahmen zur Förderung nachhaltiger Ernährungsmuster. Es gibt jedoch ein gefördertes Mittagessen für alle Mitarbeiter, das in den umliegenden Gastronomiebetrieben konsumiert werden kann. Dort haben die Mitarbeiter in fast allen Betrieben die Möglichkeit, eine vegetarische Variante des Mittagessens zu wählen. Zusätzlich stellt die Bank einen Korb mit Obst zur freien Entnahme für alle Mitarbeiter zur Verfügung. Dies waren die ersten gezielten Maßnahmen seitens der Bank im Bezug auf Ernährung der Mitarbeiter.

Erste Schritte 5% von 7,5 Punkten = 1 Punkt

2) Mobilität zum Arbeitsplatz: Anreizsysteme/tatsächliches Verhalten

In Lech gibt es ein gut funktionierendes und großteils flächendeckendes Busnetz. Daher benutzt auch die Mehrheit der Mitarbeiter ohne ein Anreizsystem ÖPNV zum Arbeitsplatz (20 von 27 Mitarbeitern – oder 74% – kommen regelmäßig ohne Auto zur Arbeit).

Es gibt noch kein Anreizsystem für die Benutzung ÖPNV und keine festgelegte Dienstwagenpolitik. Derzeit verfügt die Raiffeisenbank Lech über zwei Dienstfahrzeuge, einen VW Golf Kombi Diesel und einen Mercedes R-Klasse Diesel, beide mit Allradantrieb. Dabei erfüllt das eine Fahrzeug (der VW) sicherlich gute Eigenschaften im Bezug auf

ökologisch verträgliche Mobilität, während das andere Fahrzeug (der Mercedes) wohl ein klassisches Negativbeispiel darstellt.

Es ist jedoch im Bezug auf die Dienstwagen geplant, sich nach sinnvolleren Alternativen umzusehen und bei einer Neuanschaffung die ökologischen Aspekte besonders zu berücksichtigen. Allerdings wäre eine Neubeschaffung nur aus diesen Gründen momentan nicht sinnvoll. Weiters ist ein Verkauf des Mercedes zu einem für uns wirtschaftlich vorteilhaften Preis gerade vor kurzem gescheitert. Somit werden wir das Fahrzeug weiter nutzen.

Aus den dargestellten Gründen liegt unsere Bewertung zwischen diese beiden Spalten der Bewertungstabelle.

Fortgeschritten 30% von 7,5 Punkten = 2 Punkte

3) Organisationskultur, Awareness und unternehmensinterne Prozesse

Die Kultur einer ökologischen Awareness ist in der Raiffeisenbank Lech nicht institutionalisiert. Es zeigt sich aber am Beispiel der Verwendung der öffentlichen Verkehrsmittel, dass die Mitarbeiter sehr wohl auf diese Aspekte Wert legen. Es gibt regelmäßige Treffen mit dem Energieberater der Region, mit dem wir eng zusammenarbeiten – z.B. aufgrund von Förderungen bei Um-/Neubauten unserer Kunden. So haben unsere Mitarbeiter immer wieder Kontakt mit diesem Thema und bilden sich durch die Arbeit indirekt weiter. Darüber hinaus platzieren wir auf regelmäßige Aussendungen an alle Haushalte in unserer Gemeinde einen Energiespar-Tipp, um auch die Menschen in der Region für ökologisch sinnvolle Handlungen zu sensibilisieren.

Fortgeschritten 30% von 7,5 Punkten = 2 Punkte

4) Ökologischer Fußabdruck der Mitarbeiter (EPU/KMU)

Unter dem Begriff „ökologischer Fußabdruck“ wird die Fläche auf der Erde verstanden, die notwendig ist, um den Lebensstil und Lebensstandard eines Menschen zu ermöglichen. Das schließt alle Flächen ein, die zur Produktion seiner Kleidung und Nahrung oder zur Bereitstellung von Energie, aber auch zur Entsorgung oder Recycling des von ihm erzeugten Mülls oder zum Binden des durch seine Aktivitäten freigesetzten CO₂ benötigt werden. Diese Werte werden in Hektar pro Person und Jahr angegeben.

Der maximal zulässige ökologische Fußabdruck der Erde darf – naturgemäß – langfristig die Größe der Erde nicht übersteigen. Teilt man die möglichen Produktionsflächen durch die Anzahl aller Bewohner der Erde, erhält man den uns fairerweise „zustehenden Fußabdruck“, der bei 1,7 Hektar pro Jahr liegt. Der österreichische Durchschnitt lag im Jahr 2005 allerdings bei 4,9 Hektar pro Jahr. Das bedeutet: Derzeit leben wir in Österreich im Schnitt dreimal über unsere Verhältnisse.

Bei einer Erhebung „unseres“ ökologischen Fußabdrucks haben 23 Mitarbeiter an der Befragung teilgenommen. Diese Erhebung erfolgte mit Hilfe der Website www.mein-fussabdruck.at. Dort wird mit der Beantwortung verschiedener Fragen der persönliche ökologische Fußabdruck berechnet. Dabei ergab sich ein Durchschnittswert von 3,96 ha/Mitarbeiter. Die folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse im Detail. Die grau-schattierten Zellen zeigen Werte über dem österreichischen Durchschnitt an.

	Wohnen	Ernährung	Mobilität	Konsum	Gesamt
Durchschnitt Österreich (lt. Wikipedia)	0,78	1,28	0,60	2,24	4,90
Mitarbeiter 1	0,17	0,84	0,76	2,13	3,90
Mitarbeiter 2	0,20	0,70	0,70	1,80	3,40
Mitarbeiter 3	0,40	0,84	0,53	2,33	4,10
Mitarbeiter 4	0,32	0,90	0,26	2,10	3,58
Mitarbeiter 5	0,50	1,31	0,59	2,04	4,44
Mitarbeiter 6	0,35	1,10	0,16	2,05	3,66
Mitarbeiter 7	0,23	0,87	0,26	2,07	3,43
Mitarbeiter 8	0,30	1,01	0,77	2,00	4,08
Mitarbeiter 9	0,33	1,02	0,41	1,97	3,73
Mitarbeiter 10	0,30	0,93	0,16	2,11	3,50
Mitarbeiter 11	0,29	0,93	0,84	1,76	3,82
Mitarbeiter 12	0,49	1,52	1,16	2,10	5,27
Mitarbeiter 13	0,33	1,29	1,75	2,43	5,80
Mitarbeiter 14	0,29	0,92	0,45	2,09	3,75
Mitarbeiter 15	1,13	0,90	0,63	2,12	4,78
Mitarbeiter 16	0,40	1,10	0,50	1,90	3,90
Mitarbeiter 17	0,25	1,14	0,21	1,84	3,44
Mitarbeiter 18	0,16	1,68	0,37	1,80	4,01
Mitarbeiter 19	0,49	0,85	0,55	2,41	4,30
Mitarbeiter 20					4,20
Mitarbeiter 21	0,14	0,72	0,28	1,84	2,98
Mitarbeiter 22	0,44	1,09	0,41	2,07	4,01
Mitarbeiter 23	0,30	0,80	0,29	1,66	3,05
Durchschnitt Raiffeisenbank Lech	0,36	1,02	0,55	2,03	3,96
Durchschnitt Raiffeisenbank Lech liegt x% unter Österreichschnitt	50%	16%	4%	5%	15%

Fortgeschritten 11% von 7,5 Punkten = 1 Punkt

Selbstbewertung C3 6 von 30 Punkte

Auditorbewertung C3 10 von 30 Punkte

C3 Handlungsempfehlungen:

- 1) Bei Lieferanten nachfragen, ob sie eine „Bioschiene“ anbieten. Bestellung von Obst aus der Region, bzw. Fairtrade (z.B. keine Äpfel aus Argentinien)
- 2) Überlegen, ob es eine Anschaffung oder Förderung einer übertragbaren V-Mobil-Card geben wird, die dann den Mitarbeitern zur Verfügung gestellt werden soll
- 3) Anschaffung einer ÖBB-Businesscard für die Verwendung bei Dienstreisen, evtl. auch zum privaten Gebrauch der Mitarbeiter
- 4) Einbeziehung ökologischer Kriterien ins Beschaffungswesen
- 5) Welche Prozesse können initiiert werden, um die ökologische Kultur zu fördern und somit langfristig zu einer Minimierung des ökologischen Fußabdruckes beizutragen

C4 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT

Gumpisch Nicole, Jochum Manfred, Schnell Sabine, Strolz Helmut

1) Innerbetriebliche Einkommensspreizung

In Bezug auf eine gerechte Verteilung des Einkommens weist die Raiffeisenbank Lech zwischen niedrigstem und höchstem Nettoeinkommen einen Faktor von 1:3,8 auf. Oder anders gesagt: Es verdient der Höchstverdiener um das 3,8fache mehr als der Niedrigstverdiener (inkl. Putzfrau). Es gibt in der gesamten Raiffeisenbank nicht einen Mitarbeiter, der nur Gehalt laut Kollektivvertrag erhält. Jeder Mitarbeiter hat eine persönliche Zulage, um das Gehalt aufzubessern. Es gibt derzeit keine Institutionalisierung für eine Überprüfung der Einkommensspreizung.

Erfahren

60% von 24 Punkten = 14 Punkte

2) Institutionalisierung

Es gibt keinerlei Institutionalisierung bezüglich der Einkommen (z.B. Zielsetzung bezüglich Mindest- und Höchstgehälter oder Maximalspreizung). Transparenz bezüglich der Einkommen ist derzeit nicht vorhanden. Für diesen Bericht gab es die erwähnten Daten nur auf konkrete Nachfrage. Die Frage, die sich in diesem Zusammenhang stellt ist, was gegen eine Offenlegung spricht, denn laut Vorstand Stefan Schneider lassen sich alle Gehälter aufgrund von Dienstjahren, bzw. Ausbildungen sehr plausibel erklären. Grundsätzlich hat der Vorstand keine Einwände gegen eine Offenlegung der Gehälter, allerdings muss klargestellt sein, warum man das macht, und wie – sodass keine unnötige Unruhe in die Raiffeisenbank Lech gebracht wird. Künftig sollen auch jährliche Gespräche zwischen Mitarbeitern und Vorgesetzten stattfinden. Dabei wird auch das Gehalt zum Thema werden. Im Fragebogen wurde abgefragt, wie die Mitarbeiter mit ihren Gehältern zufrieden sind und ob sie eine Offenlegung der Gehälter gut finden. Hier waren die Antworten breit gestreut, was die Problematik einer Offenlegung widerspiegelt.

Frage 14: Bist du mit deinem Gehalt zufrieden?

8 sehr zufrieden 8 zufrieden 4 mittelmäßig 1 unzufrieden sehr unzufrieden

Frage 15: Findest du eine Offenlegung der Gehälter gut?

3 sehr gut 6 gut 5 mittelmäßig 5 schlecht 2 sehr schlecht

Erste Schritte

0% von 6 Punkten = 0 Punkte

3) Mindesteinkommen

Niemand unterschreitet bei voller Arbeitszeit ein Einkommen von 1.250,- Euro

Vorbildlich

100% von 15 Punkten = 15 Punkte

4) Höchsteinkommen

Es überschreitet niemand das Zehnfache des landesüblichen Mindestlohns.

Vorbildlich

100% von 15 Punkten = 15 Punkte

Selbstbewertung C4 44 von 60 Punkte

Auditorbewertung C4 44 von 60 Punkte

C4 Handlungsempfehlungen:

- 1) Prüfung einer anonymen/namentlichen Offenlegung von Gehältern
- 2) Aufnahme des Themas Gehalt in die jährlichen Mitarbeiter-Gespräche durch die Vorgesetzten
- 3) Institutionalisierung der z.B.: jährlichen Beobachtung der Einkommensspreizung sowie der Höchst- und Mindestgehälter
- 4) Zielsetzungen bezüglich Mindest- und Höchstgehälter sowie der Maximalspreizung

C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

Grabher Simone, Gumptisch Nicole, **Reitbauer Michaela**, Schwarzl Jürgen, Walch Wolfgang

1) Grad der Transparenz

Es gibt bereits erste Maßnahmen zu einer Transparentmachung von wirtschaftlichen Daten. Beispielsweise werden bei den monatlichen Mitarbeitersitzungen die Monatsbilanz, bzw. Quartalsbilanz bekannt gegeben. Zudem ist über das E-Mail-Programm eine Datenbank mit einer großen Zahl an entsprechenden Informationen verfügbar. Der Vorstand berichtet bei Mitarbeitersitzung aktiv über neue Geschehnisse aus den verschiedensten Bereichen. Somit gibt es einen hohen Grad an Verfügbarkeit von Grundinformationen. Es besteht aber seitens der Mitarbeiter keine Möglichkeit der Einsicht in Vorstandsprotokolle oder Gehälter.

Erfahren

30% von 15 Punkten = 5 Punkte

2) Legitimierung der Führungskräfte (FK)

Eine Legitimierung der Führungskräfte erfolgt nicht. Dies wird nur auf Gesprächsbasis der jetzigen Führungskräfte gemacht. Allerdings hat jedes Mitglied unserer Genossenschaft im Zuge der Generalversammlung die Möglichkeit, die Abwahl eines Vorstands zu beantragen. Somit gibt es zumindest ein Recht auf eine Abwahl, auch wenn dies nicht so stark einzustufen ist, wie das Recht einer Wahl. Wenn in der Raiffeisenbank Lech beispielsweise eine Arbeitsstelle zur Verfügung steht, wird sie zuerst im Haus intern ausgeschrieben, bevor sie veröffentlicht wird.

Der Vorstand wird durch den Aufsichtsrat bestimmt, wobei die Raiffeisen Landesbank der Berufung zustimmen muss. Als Anforderungsprofil eines zukünftigen Vorstands werden eine angemessene Ausbildung sowie entsprechende Charakterzüge vorausgesetzt.

Erste Schritte

10% von 30 Punkten = 3 Punkte

3) Mitbestimmung bei operativen Grundsatz-/Rahmen-Entscheidungen

Die Mitarbeiter haben die Möglichkeit der Mitentscheidung bei operativen und strategischen Entscheidungen: Hier ist eine Zerteilung der Raiffeisenbank Lech zu spüren. Bei operativen Entscheidungen werden sehr oft die Mitarbeiter mit der Erarbeitung von Themen beauftragt, die anschließend auch so umgesetzt werden, wie das Team entschieden hat – ohne dass Vorstände sich „einmischen“. Bei strategischen Entscheidungen sind die Mitarbeiter gar nicht involviert. Sie passieren hauptsächlich auf Vorstandsebene und zum Teil unter Einbindung der Prokuristen. Bei Großkrediten hat der Aufsichtsrat die Aufgabe, mitzuentcheiden, ob ein entsprechender Kredit gewährt wird oder nicht. Der Kundenbetreuer hat das Recht der

Mitentscheidung über die Vergabe des Kredits für seinen Kunden. Zudem ist der Grad der Mitbestimmung abteilungsabhängig: Manche Abteilungen, z.B.: Marketing, können den Weg von der ersten Idee bis zum Endprodukt selbst wählen. In anderen Abteilungen wird der Weg klar vorgegeben.

Fortgeschritten 25% von 45 Punkten = 11 Punkte

Selbstbewertung C5 19 von 90 Punkte

Auditorbewertung C5 30 von 90 Punkte

C5 Handlungsempfehlungen:

- 1) Erstellung einer Liste, die zeigt, welche Daten für wen einsehbar sind. Wie viel Prozent „kritischer“ Daten (Vorstandsprotokolle, Gehälter, interne Kostenrechnung, Entscheidungen über Entlassungen/Einstellungen) sind von allen Mitarbeitern einsehbar
- 2) Beantwortung folgender Fragen:
 - a) Welche Daten dürfen aus welchen Gründen nicht eingesehen werden
 - b) Wer trifft welche Entscheidung
 - c) Wer entscheidet über die Einstellung/Beförderung von Mitarbeitern – und wie transparent ist der Entscheidungsprozess
 - d) Welchen Entscheidungsprozess gibt es bei verschiedenen Entscheidungen und welche Entscheidungsform (Mehrheitsbeschluss, systemisches Konsensieren, Konsent, Konsens) gibt es dort

D1 ETHISCHES VERKAUFEN

Beiser Simon, Gantschnig Elisabeth, Schwaighofer Nikolaus, **Smodic Günter**

1) Institutionalisierung (Verankerung im Unternehmen)

Das wirtschaftliche Ziel der Raiffeisenbank Lech sind NICHT die Gewinnmaximierung und das kurzfristige Erzielen von Erfolgen, sondern vor allem eine faire, nachhaltige, glaubwürdige und gleichwertige Partnerschaft mit den Kunden. Dadurch soll der Kundennutzen maximiert werden. Wirtschaftlich gesehen ist es das Ziel, die heimische Wirtschaft sowie den Lebensraum von Lech zu unterstützen und zu fördern. Das Auftreten der Mitarbeiter ist neben den oben erwähnten Eigenschaften freundlich, ehrlich, verständlich, vertrauensvoll, zuverlässig und wertschätzend.

Zudem gibt es für unsere Mitarbeiter weder quantitative Zielvereinbarungen noch eine Ausschüttung an Provisionen für verkaufte Produkte. Des Weiteren nimmt die Raiffeisenbank Lech am vorarlbergweiten Verkaufswettbewerb der Raiffeisenbanken untereinander nicht teil. Somit können unsere Berater völlig unbelastet in jedes Kundengespräch gehen und dem Kunden anbieten und verkaufen, was er wirklich braucht – und nicht etwas, das viel Provision oder viele Punkte in einem Verkaufswettbewerb einbringt. Der Kundennutzen steht stets absolut im Vordergrund. Weiters werden die Kunden nicht mit Lockangeboten in die Bank geholt. Es gibt in der Raiffeisenbank Lech keine Vertriebsabteilung, wie es sie in anderen Banken gibt.

Die oben genannten Punkte sind in der Raiffeisenbank Lech bereits seit mehreren Jahren eingeführt und werden von den Mitarbeitern auch gelebt. Somit ist das ethische Verkaufen bei uns schon sehr weit institutionalisiert. Der Kunde bekommt nur, was er wirklich braucht! Es gibt dazu aber weder eine festgeschriebene Strategie noch Sanktionen bei Nichteinhaltung der Richtlinien, da wir dieses Stadium bereits überschritten haben.

Vorbildlich

80% von 10 Punkten = 8 Punkte

2) Umfang ethisches Marketing

Im Bereich des ethischen Marketings zeigt sich unsere Werteorientierung sehr stark. So hat beispielsweise das gesamte PrivatBanking in den vergangenen 6 Jahren kein Produkt mehr aktiv beworben, sondern stattdessen die Art der Kundenbeziehung, die bei der Raiffeisenbank Lech unter dem Begriff „Bergfreundschaft“ kommuniziert wird. Wir verzichten komplett auf Massenwerbung, in der Produkte beworben werden. Was grundsätzlich hinterfragt werden kann, ist die Höhe des Budgets für Marketing: ob es im richtigen Verhältnis zum Nutzen steht und wie dies gemessen werden kann. Es gibt während des Jahres wenige Aussendungen, die sich auf Produktgruppen beziehen. Stattdessen geht es eher darum, in Erinnerung zu rufen, dass wir so etwas auch anbieten, anstatt ein konkretes Produkt zu verkaufen. Aber auch dabei wird Wert darauf gelegt, dies nicht in Form einer Massensendung zu schicken, sondern vorher abzuklären, für wen dieses Produkt interessant sein könnte. Interessant in diesem Zusammenhang heißt aber nicht, wie man einen Kunden „leicht fangen“ kann, sondern vielmehr, für welchen Kundentyp dieses Produkt tatsächlich Sinn macht. Dies wird derzeit – einmal im Jahr – im Bereich Leasing gemacht. Ansonsten haben unsere Aussendungen zum Inhalt, die Kunden darauf hinzuweisen, dass es bei Umbauten verschiedenste Förderungen gibt und unsere Berater in dieser Thematik gut Bescheid wissen – und dass Interessenten auf ein Gespräch vorbeikommen mögen. Wenn man die Ausgaben im Marketing für das Jahr 2012 betrachtet, werden die Ausgaben wie folgt aufgeschlüsselt:

Bezeichnung	Prozent
Raiffeisen Landesbank Pflichtanteil	22,7%
Inserate	13,9%
Sponsoring	9,6%
Marketing extern	8,6%
Imagewerbung (Golf, Generalversammlung, Herbstfest)	7,6%
Initiative Lebensraum Lech	6,7%
Internetauftritt	6,4%
Plakate, Prospekte und Flugblätter	6,1%
Geschenk-Streuartikel	4,5%
Schule und Jugend (inkl. Club)	2,9%
Spesen im Geschäftsinteresse	2,3%
Werbung – Sonstiges (Foto, Bildrechte, Geburtstag)	2,2%
Skiständer	2,1%
Sonstige Sachaufwendungen (Deko, Blumen)	1,4%
Zeitungen, Zeitschriften und Bücher	1,1%
Grüner Ring	1,0%
Bewirtung von Geschäftsfreunden (50 % steuerliche Hinzurechnung)	0,6%
Geldspenden	0,3%
Summe	100%

Hier zeigt sich, dass der verpflichtende Anteil, der an die Raiffeisen Landesbank bezahlt werden muss, der größte Einzelposten ist. Allerdings ist es so, dass wir von den Materialien, die uns von der Landesbank zur Verfügung gestellt werden, nur einen Bruchteil verwenden, da dort der Fokus stark auf Produktwerbung liegt. Weil dies nicht zu unserer Philosophie passt, müssen wir diesen Punkt sehr kritisch betrachten. Derzeit gibt es hier aber keine Möglichkeit, diese Beschaffung einzustellen, da sie mit der Raiffeisen Landesbank fix vereinbart ist. Beim zweitgrößten Posten, den Inseraten, wird keine Produktwerbung gemacht, sondern die „Bergfreundschaft“ beworben.

Vorbildlich 70% von 10 Punkten = 7 Punkte

3) Schulungen für ethischen Verkauf/ethisches Marketing

Zu diesem Thema gibt es bis dato kein Schulungs-Konzept. Dies wird bei der Neueinstellung von Beratern durch die gemeinsamen Beratungsgespräche direkt mit dem Kunden sukzessive an neue Mitarbeiter weitergegeben. Im Bezug auf den vorigen Punkt, die Institutionalisierung, sehen wir uns auch in diesem Bereich als vorbildlich. Denn schon die Bezeichnung in der Bewertungstabelle „mehr als 2 Tage Schulung für jeden Verkäufer“ zeigt, dass wir eigentlich weiter sind – **denn bei uns ist kein einziger Berater ein Verkäufer**. Von einer anderen Perspektive aus betrachtet, ist dies manchmal ein Nachteil gegenüber der Konkurrenz. Da wir nicht aktiv verkaufen, fehlt uns hier oft die Wettbewerbsfähigkeit in Bezug auf das Verkaufsvolumen. Dies ist den Vorständen bekannt und wird bewusst in Kauf genommen. Da wir allerdings keine einziges der geforderten Kriterien erfüllen, bleiben wir vorerst bei den „ersten Schritten“.

Erste Schritte 10% von 10 Punkten = 1 Punkte

4) Alternative zu Provisionszahlung Verkauf/Marketing

In der Raiffeisenbank Lech werden seit 3 Jahren keinerlei Provisionen mehr direkt an die Mitarbeiter ausgeschüttet. Wenn bei Produkten Provisionen anfallen, kommen diese dem Betriebsrat oder dem Pensionsfonds zu Gute. Somit ist das Gehalt komplett unabhängig von Verkaufszahlen. Eine Messung von alternativen Kennzahlen ist nicht umgesetzt, außer dass (seitens der Geschäftsleitung) pro Kunde ein persönlicher Kontakt zum Berater pro Jahr gewünscht ist. Es gibt lediglich eine Ausschüttung des Bilanzgeldes (15. Gehalt) wenn das Vorjahresergebnis dies zulässt. Dies trifft aber auf alle Mitarbeiter gleichermaßen zu und kann deshalb nicht direkt als Provision angesehen werden. Aufgrund unserer langjährigen Erfahrung bewerten wir uns als

Vorbildlich 80% von 10 Punkten = 8 Punkte

5) Umfang der KundInnen-Mitbestimmung, z.B. KundInnenbeirat/gemeinsame Produktentwicklung

Beim Umfang der Mitbestimmung der Kunden haben wir keine Erfahrungen, abgesehen davon, was unsere Rechtsform grundsätzlich ermöglicht.

Erste Schritte 0% von 10 Punkten = 0 Punkte

Selbstbewertung D1 24 von 50 Punkte

Auditorbewertung D1 5 von 50 Punkte

D1 Handlungsempfehlungen:

- 1) Geschriebene Richtlinie für ethisches Verkaufen erstellen (Kundenorientierung, Marketing, ...)
- 2) Messung von Ergebnissen der Wirkung der Ausgaben im Marketing
- 3) Alternatives Messsystem zum „Verkaufserfolg“ einführen, beispielsweise Messung der Kundenzufriedenheit (siehe Protokoll Gruppe D1, Pkt. 9 „Kundenzufriedenheit“)

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Huber Melanie, Jochum Manfred, Schwaighofer Nikolaus, Walch Wolfgang

1) Offenlegung von Informationen und Weitergabe von Technologie

Da es 23 Raiffeisenbanken in Vorarlberg gibt, die eigenständig agieren, und in diesem Sinne auch Konkurrenten sein können, haben wir diese Betrachtung aufgeteilt. Einerseits betrachten wir nur andere Banken, andererseits den Raiffeisensektor in Vorarlberg. Hier wird anderen Banken das Know-how in Bezug auf Anti-Geldwäsche zur Verfügung gestellt, da einer unserer Mitarbeiter sehr viel Fachwissen darüber hat. Diese Form der Zusammenarbeit findet auch im Controlling statt. Somit können wir durchaus von einer Offenlegung von Informationen sprechen. Über den Raiffeisensektor hinaus gab es beispielsweise eine Weitergabe von Informationen bezüglich unserer Erfahrungen beim Neubau sowie bei unserem Umgang mit Zielvereinbarungen.

Erste Schritte 10% von 17,5 Punkten = 2 Punkte

2) Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen, kooperative Marktteilnahme

Innerhalb des Raiffeisensektors wird eng zusammengearbeitet und man ist bemüht, nicht in den Regionen anderer Banken geschäftlich tätig zu sein. Wenn beispielsweise ein Kunde in einem anderen Gebiet einen Bau tätigen möchte, raten wir ihm, dies bei „seiner“ Raiffeisenbank vor Ort anbieten zu lassen. In der Vergangenheit wurden Konkurrenzkláuseln für eigene Mitarbeiter beim Wechsel zu einer anderen Bank nicht übermäßig streng exekutiert. Zudem finden immer wieder kurzfristige kostenlose Geldausleihungen zwischen den Banken statt – beispielsweise ermöglichen wir einem Kunden bei unserer Geschäftsstelle in Warth (in der es nur eine Raiffeisenbank gibt) Einzahlungen auf ein Hypo-Konto vorzunehmen.

Erste Schritte 10% von 35 Punkten = 4 Punkte

3) Kooperatives Marketing

Beim kooperativen Marketing ist ein Verzicht auf eine Schlechtmachung der Konkurrenz bereits gegeben. In kleinen Projekten, wie z.B. die kooperative Vereinbarung gemeinsamer Öffnungszeiten der Lecher Banken, funktioniert die Kooperative bereits. Darüber hinaus gibt es im Moment noch keine weiteren Aktivitäten.

Erste Schritte 10% von 17,5 Punkten = 2 Punkte

Selbstbewertung D2 **8 von 70 Punkte**

Auditorbewertung D2 **8 von 70 Punkte**

D2 Handlungsempfehlungen:

- 1) Prüfung möglicher Symbiosen bei Informationen und Technologien anderer Banken
- 2) Wie kann ein kooperativer Markt in Lech aussehen
- 3) Gemeinsames Marketing der Banken in Lech ansprechen und anstreben
- 4) Großfinanzierungen im Ort könnten kooperativ abgewickelt werden

D3 ÖKOLOGISCHE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Meier Wilhelm, Smodic Günter, Strolz Helmut, Walch Hubertus

1) Effizienz und Konsistenz: Produkte/Dienstleistungen im ökologischen Vergleich zu Mitwerbern, bzw. Alternativen mit vergleichbarem Nutzen

Im Bereich unserer Produkte liegt die Effizienz und Konsistenz sicherlich in weiten Bereichen auf demselben Niveau wie die Produkte unserer Mitbewerber. Eine Ausnahme dabei bildet die Raiffeisen Klimaschutzinitiative. Sie ist eine Plattform der Raiffeisen-Unternehmen rund um die Themen nachhaltige Finanzprodukte, Klimaschutz/erneuerbare Energien, unternehmensinterne Maßnahmen, Verkehr und Treibstoff sowie Bauen und Wohnen. Hier muss aber intern noch weiter geschult werden, damit diese Initiative allen Mitarbeitern bekannt gemacht wird.

Die Raiffeisenbank Lech hat beispielsweise für die Energiemodellregion spezielle Kreditaktionen für umweltrelevante Investitionen erarbeitet – und so einen Teil der Produkte ökologischer gestaltet. Hier gilt es allerdings, dies kontinuierlich fortzuführen.

Im Bereich von Dienstleistungen haben wir bereits mehr Erfahrung. Zudem sind wir in der Energiemodellregion Lech Warth involviert, indem wir finanziell und durch unser Netzwerk unterstützen. In diesem Fall können wir, speziell bei Neu- und Umbauten, aktiv unsere Kunden auf die Möglichkeit des Energieberaters hinweisen. So nutzen wir unsere Kundenkontakte aktiv, um die ökologischen Möglichkeiten erkenntlich zu machen und gleichzeitig auch das Potential für verschiedenste Förderungen aufzuzeigen, die eventuell eine ökologischere Bauweise noch attraktiver machen.

Fortgeschritten 25% von 49,5 Punkten = 12 Punkte

2) Suffizienz: Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizientem Konsum

Im Bereich der Suffizienz gibt es eine interne Vorgabe, den Ausverkauf der Heimat (im Bezug auf Immobilien) nicht zu unterstützen. Obwohl es hier viele Möglichkeiten für Geschäfte gäbe, verzichten wir bewusst darauf.

Erste Schritte 10% von 27 Punkten = 3 Punkte

3) Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber

Bei der Kommunikation nach außen hin gibt es eine zweiwöchentliche Aussendung mit Kleinanzeigen. Hier wird regelmäßig ein Energiespartipp integriert, um bei den Lesern regelmäßig ökologische Impulse in Erinnerung zu rufen. Auch durch unsere sommerlichen Aufräumaktionen in Zusammenarbeit mit Kindern am Grünen Ring kommunizieren wir, dass uns das ökologische Verhalten der Menschen in der Region wichtig ist. Weiters wurden

spezielle Veranstaltungen ausgeschrieben, zu denen wir Vortragende des Energieinstituts Vorarlberg eingeladen haben, die beispielsweise zum Thema thermische Sanierung referieren konnten.

Fortgeschritten 20% von 13,5 Punkten = 3 Punkte

Selbstbewertung D3 18 von 90 Punkte

Auditorbewertung D3 9 von 90 Punkte

D3 Handlungsempfehlungen:

- 1) Raiffeisen Klimaschutzinitiative intern bekannter machen
- 2) Kontinuierlich ökologische Produkte anbieten
- 3) Raiffeisenbank muss Vorbildwirkung haben
 - a. eigene Gebäude (Energie, ...)
 - b. Wohnanlage/Restaurant
 - c. eigene Fahrzeuge
 - d. Mitarbeiter
- 4) Aktives Gestalten folgender Punkte
 - a. Mobilität
 - i. Förderung von Elektrofahrzeugen
 - ii. Carsharing
 1. Schüler am Bahnhof abholen
 2. Botendienste
 - iii. Fahrzeuge mit geringem CO₂-Ausstoß fördern
 - iv. Möglichkeiten zur Förderung des öffentlichen Verkehrs prüfen
 - b. Förderkompetenz ausbauen
 - v. aktiv werden
 - vi. Energiespartage
 - vii. Gutscheine für Energieberater
 - c. Geldanlage/Investitionen
 - i. Ethik-Fonds (zertifizierte Fonds, die den Ethik-Richtlinien entsprechen)
 - ii. eigene Produkte entwickeln (konkrete ökol. Produkte)
 - iii. Öko-Zertifikat einführen
 - iv. zweckgebundene Kredite mit Bonuskonditionen, bzw. Wissen und Netzwerke
 1. energiesparend (Dämmung, Strom, LED)
 2. heimisches Material
 3. heimische Handwerker/Dienstleister

D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Gumpitsch Nicole, **Jochum Manfred**, Smodic Günter, Walch Wolfgang

1) Berücksichtigung ökonomischer Barrieren in der Kundensphäre

Das Verhältnis der Raiffeisenbank Lech von B2B-, bzw. B2C-Kunden beträgt ungefähr 1:1. Aus diesem Grund wird die Anzahl der zu vergebenden Punkte daraus gemittelt. Es gibt grundsätzlich folgende Unterteilung der Produkte nach Kundengruppen, abgesehen von Firmenkonten: Jugendkonten, Studentenkonten, Vereinskonten. Es findet allerdings keine aktive Ansprache von einkommensschwachen Haushalten, Arbeitslosen, Pensionisten oder körperlich beeinträchtigten Personen statt. Bei der Raiffeisenbank Lech kann jeder Interessent ein Konto eröffnen – zumindest auf Haben-Basis. Allerdings zeigt sich die Raiffeisenbank bei Anlassfällen sehr kulant. Wenn ein Kunde beispielsweise aufgrund von Krankheit oder Unfall Hilfe benötigt, haben wir bereits für Umbauten an Häusern kostenlose Baukonten zur Verfügung oder Darlehen zinsfrei gestellt, bis sich der gesundheitliche Zustand des Kunden wieder gebessert hat, bzw. der Betrieb anderweitig fortgeführt werden konnte. All unsere Angebote sind auf unserer Webseite einsehbar, allerdings gibt es dort keinen speziellen Hinweis auf die Förderung einkommensschwacher Kunden.

Ein Beispiel dazu: Im August 2005 gab es in Lech starkes Hochwasser. Um schnell helfen zu können, wurde eine Hochwasseranleihe aufgelegt. Diese Anleihe wurde mit einem Volumen von 5 Mio. Euro beschränkt, wobei aber nur ca. 1,6 Mio. Euro erreicht wurden. Diese Anleihe bot den Kunden damals eine Verzinsung von nur 2%, allerdings mit dem Wissen, dass die geschädigten Lecher Betriebe unterstützt würden. Zu dieser Zeit lag der Zinssatz eines Sparbuch bei ca. 2,5% – somit haben die Kunden auf einen Teil ihrer Rendite verzichtet. Wir haben dieses Kapital den geschädigten Personen als Kredit mit 1% Verzinsung zur Verfügung gestellt. Da in diesem Fall die Kreditzinsen niedriger als die Sparzinsen waren, war es unser Beitrag dabei, die Differenz dazwischen zu tragen. Die Vergabe des Geldes (wer bekommt welchen Anteil) wurde im Sozialausschuss der Gemeinde Lech beschlossen und war somit unabhängig von uns als Bank – und wurde auch ohne jegliche Sicherheiten vergeben. Das Volumen im Jahr 2012 an Kundeneinlagen der Hochwasseranleihe betrug 1,56 Mio. Euro, was einem Prozentsatz von 1,1% des Gesamtvolumens von 145,21 Mio. Euro entspricht.

Erste Schritte

10% von 9 Punkten = 1 Punkte

2) Barrierefreier Zugang zu und Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen; 4 Dimensionen: physisch, visuell, sprachlich, intellektuell

Unsere beiden Standorte in Lech und Warth sind physisch barrierefrei. In Warth ist die gesamte Raiffeisenbank im Erdgeschoss angesiedelt, in Lech ist jedes Stockwerk und alle Automaten ebenerdig oder mittels Lift erreichbar. Da unsere Automaten allerdings nicht mehr ganz neu sind, ist leider kein barrierefreier Zugang gesichert.

Erste Schritte

10% von 12 Punkten = 1 Punkte

3) Prozesse und Maßnahmen bezüglich ethischer Risiken und sozialer Aspekte in der Kundensphäre

Wir führen keine Geschäftsbeziehungen mit ethisch kritischen Unternehmen. Zudem gibt es eine interne Regelung bezüglich Überziehung von Konten. Bei der Vergabe von Krediten wird darauf geachtet, dass der Kunde sich die Investition auch leisten kann.

Bei sozial kritischen Kundenbeziehungen gilt es speziell in unserer Region genau zu prüfen, ob wir Investoren, die in Lech beispielsweise in Immobilien investieren wollen, auch finanzieren. Dies gilt speziell in Bezug auf den Ausverkauf unserer Heimat. Hier wird zwar momentan in Einzelfällen bereits geprüft, aber es gibt noch keine allgemein gültige Richtlinie.

Darüber hinaus gibt es keine Evaluierung oder Strategie bezüglich kritischer Aspekte.

Erste Schritte 10% von 9 Punkten = 1 Punkte

Selbstbewertung D4 **3 von 30 Punkte**

Auditorbewertung D4 **3 von 30 Punkte**

D4 Handlungsempfehlungen:

- 1) Aktive Ansprache von einkommensschwachen Haushalten, Arbeitslosen, Pensionisten oder körperlich Beeinträchtigten Personen bezüglich speziell maßgeschneiderter Produkte (evtl. auch für Alleinerziehende) mit verbesserten Konditionen
- 2) Steigerung des Umsatzes mit sozialen Produkten von derzeit 1% auf 3–5%
- 3) Gründung einer Arbeitsgruppe „barrierefreier Zugang“, um die verschiedenen Dimensionen dieses Kriteriums (physisch, visuell, sprachlich, intellektuell) zu erfassen und Verbesserungen umsetzen zu können
- 4) Künftig bei Automatenbeschaffungen auf das Kriterium Barrierefreiheit achten
- 5) Identifikation von Geschäftsbeziehungen mit ethisch kritischen Unternehmen und Erstellung eines Maßnahmenkatalogs sowie einer Strategie für den Umgang mit diesem Thema
- 6) Erstellung einer Richtlinie für die Finanzierung von Investoren in Lecher Immobilien
- 7) Aktive Ansprache von benachteiligten Kundengruppen

D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

Fischer Klaudia, Huber Melanie, **Schwaighofer Nikolaus**, Smodic Günter

1) Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette

Es gibt erste Projekte zur Erhöhung des Standards im Wertpapierbereich, wo man sich auf die Suche nach ethischen Produkten gemacht hat. Hier steht man allerdings noch ganz am Anfang. Eine aktive Kommunikation der höheren Standards gibt es allerdings im Bezug auf die „Initiative Lebensraum Lech“. Andere Aspekte wurden noch nicht kommuniziert, wie beispielsweise die Tatsache, dass keine Provisionen an Mitarbeiter ausgeschüttet werden.

Erste Schritte

10% von 10,5 Punkten = 1 Punkt

2) Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards

Innerhalb unseres Hauses gibt es keine Offenlegung von politischen Aktivitäten, auch wenn dies direkt keinen Mitarbeiter betrifft. Wir leisten grundsätzlich keinen Widerstand gegen die Erhöhung sozialer und legislativer Standards. Am Beispiel Compliance zeigt sich aber eher eine Abneigung gegen neue Standards als eine Begrüßung. Dies rührt allerdings mehr vom administrativen Aufwand her als von den Inhalten dieser Änderungen. Es gibt unsererseits kein aktives Engagement für die Erhöhung legislativer Standards.

Erste Schritte

5% von 3 Punkten = 0 Punkte

3) Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe

Die Raiffeisenbank Lech ist in verschiedensten Projekten sozialer und ökologischer Natur involviert. Als größter Posten ist hier die „Initiative Lebensraum Lech“ zu nennen. Dabei werden verschiedenste Veranstaltungen der Lecher Bevölkerung angeboten (Details dazu unter Punkt E2 Beitrag zum Gemeinwesen). So hat sich z.B.: im Zuge des Projekts „Aktiv Rasten“ gezeigt, dass durch die unsererseits eingebrachte Kreativität die Sichtweise der Bauhofmitarbeiter, die für die Umsetzung verantwortlich waren, verändert hat. Sie haben jetzt ein offenes Auge für die Verwendung von natürlichen Begebenheiten zur Gestaltung von Sitzgelegenheiten oder Rastplätzen. Dadurch wirken diese Plätze perfekt in die Natur integriert – wir konnten hier ein wenig den Standard erhöhen, auch wenn diese Aufgabe nicht direkt branchentypisch war. Bei allen Veranstaltungen fördern wir unseren Lebensraum auf sozialer und kultureller Ebene. Es wurde auch von anderen Banken versucht, unser Engagement zu kopieren, allerdings fiel diese Idee auf keinen fruchtbaren Boden, da die gelebte Kultur bzw. das Verständnis gefehlt hat, warum eine Bank etwas Gutes tut, ohne dabei den Leuten etwas verkaufen zu wollen.

Ein anderes Beispiel ist unser Konzept des „Bonussparens“ für Kinder, das vor 10 Jahren begonnen hat. Hier wurde von uns eine Idee entwickelt, wie man Kinder zum regelmäßigen Sparen motivieren kann. Beim regelmäßigen Sparen bekommen die Kinder Punkte. Für diese Punkte können dann verschiedenste Geschenke ausgesucht werden. Bei diesen Geschenken handelt es sich aber nicht um möglichst günstige Give-Aways, sondern viel mehr um nützliche und unterhaltsame Dinge wie Brettspiele, Bücher, Skihelme oder Sonnenbrillen bis hin zum iPod. Dieses Konzept wurde 2–3 Jahre später von der Raiffeisen Landesbank Vorarlberg mehr oder weniger 1:1 übernommen und ist heute noch am Laufen. Allerdings wurde bei der Qualität der Geschenke eher gespart, was unseren grundsätzlichen Überlegungen widerspricht.

Mit den Kindern der Volks- und Hauptschule Lech veranstalten wir einmal pro Jahr eine Aufräumaktion auf den Skipisten rund um Lech. Wir säubern den Grünen Ring, dass dieser im Sommer wieder in voller Pracht erstrahlen kann.

Bei den Kundengeschenken haben wir vor drei Jahren begonnen, eine eigene Schokolade zu kreieren. Hierbei wurde in Kooperation mit einem ortsansässigen Hotel eine eigene Füllung aus Lecher Beeren und Kräutern erarbeitet und dann mit einem kleinen regionalen Schokoladenhersteller zu Tafeln verarbeitet. Dieses Geschenk hat sich durch seine Einzigartigkeit und die natürliche Limitierung sehr bewährt und bei unseren Kunden einen ganz besonderen Stellenwert bekommen. Auch andere Kundengeschenke schlagen in dieselbe Kerbe: beispielsweise die in Österreich in Handarbeit gefertigten Jausedosen, die für Wanderungen eingesetzt werden können. Diese Geschenke sind weit mehr als möglichst

günstige Geschenke für Kunden, sondern transportieren eine kleine Geschichte „Made in Austria“.

In einer regelmäßigen Aussendung, der „Fundgrube“, haben wir neben den normalen Einträgen der Tauschbörse auch Energiespartipps notiert, um der Lecher Bevölkerung und auch unseren Mitbewerbern zu zeigen, dass wir uns Gedanken um unsere Umwelt machen. Bezüglich Klimaschutz hat im Jahr 2010 einer unserer Mitarbeiter bei einem Wettbewerb aus 720 eingereichten Projekten den 6. Platz belegt und sogar die Wertung im Bundesland Vorarlberg gewonnen. Die Teilnahme an einem solchen Projekt und das gute Abschneiden üben durchaus einen gewissen Druck auf die Mitbewerber aus.

Bei Gewinnausschüttungen sind wir auch ein absolutes Vorbild in der Branche. Leider ist es momentan noch nicht so, dass sich dies als Druck auf unsere Mitbewerber darstellt, da die Kommunikation in diese Richtung hin nicht vorhanden ist. Auch die Tatsache, dass keine Provisionen mehr an unsere Mitarbeiter ausgezahlt werden und es keinen Verkaufsdruck gibt, sehen wir als Vorbildwirkung für andere Banken.

Was aber im Bezug auf alle vorher genannten Punkte zutrifft ist, dass wir sehr schwach in der Kommunikation dieser Themen nach außen hin sind. Denn nur durch diese Kommunikation kann eine Veränderung bei den Mitbewerbern entstehen. Hier liegt sicherlich ein großes Potential. Im PrivateBanking hat unsere Kommunikation und Produktwerbung der „Bergfreundschaft“ dazu geführt, dass auch andere Banken mehr auf die Schiene der Werte anstatt der Produkte gewechselt haben.

Bereits vor 30 Jahren wurde ein Organisationsentwicklungsprozess mit der KSÖ gestartet. Später wurde die Raiffeisenbank Lech vom Management Center Vorarlberg (MCV) begleitet. Derzeit finden jährlich zwei Vorstandsklausuren über eineinhalb Tage statt, des Weiteren gibt es eine eintägige Klausur mit den Vorständen und Prokuristen. Zudem wird ein Wochenende (zumindest ein Tag), an dem alle Mitarbeiter beteiligt sind, veranstaltet.

Auch beim Umbau unserer Bank im Jahr 2004 waren alle interessierten Mitarbeiter in den Prozess der Gestaltung der neuen Bank involviert. So wurden andere Banken inspiziert, Arbeitsgruppen gebildet – auf diese Weise ist der heutige Bau in seiner Struktur entstanden. Wir haben bereits Anfragen anderer Banken bekommen, die sich für einen ähnlichen Prozess zur Gestaltung eines Um-/Neubaus entschieden haben.

Es wurden auch zwei „Kunst am Bau“-Projekte mit den Lecher Kindern durchgeführt. Sie haben sich dabei mit dem Thema Bank auseinandergesetzt. Es sind viele einzelne Bilder entstanden, die dann zu einem großen Gesamtbild zusammengeführt wurden. Gearbeitet wurde mit Erdfarben, welche die Kinder selbst aus Steinen aus unserem Fluss herstellten.

Das Lehm bild, das mit dem Lehm bauer Martin Rauch und seiner Frau Martha umgesetzt wurde, verschönert den Vorraum des Kundensafes und trägt zu seinem guten Raumklima bei. Darauf haben die Kinder das Zentrum von Lech dargestellt. Das gesamte Bild besteht zu 100% aus Naturmaterialien.

Weiters gibt es noch andere Punkte mit umzusetzendem Potential. Aus diesem Grund bewerten wir uns als

Fortgeschritten 50% von 16,5 Punkten = 8 Punkte

Selbstbewertung D5 **9 von 30 Punkte**

Auditorbewertung D5 **3 von 30 Punkte**

D5 Handlungsempfehlungen:

- 1) Identifizierung möglicher Labels bzw. freiwilliger Branchenstandards
- 2) Interne Kommunikation was uns vom Wettbewerb unterscheidet – mit anschließender externer Kommunikation und Erstellung eines Kommunikationskonzepts

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Meier Wilhelm, **Moritz Maria-Luise**, Schnell Sabine, Strolz Helmut

1) Unternehmensinterne Prozesse

In einem ersten Schritt wurde versucht, die wichtigsten Produkte und Dienstleistungen zu identifizieren. Dabei zeigte sich, dass das Kerngeschäft der Raiffeisenbanken das Annehmen/Verleihen von Geld, Abwicklung des Zahlungsverkehrs und Veranlagung in Wertpapieren ist. Genauer aufgeschlüsselt ergibt sich folgende Auflistung von Produkten und Dienstleistungen:

1. Girokonten (Gehalt, Privat, Pension), Jugend- und Studentenkonten (gebührenfrei) Girogeschäftskonten. Bei der Raiffeisenbank Lech/Arlberg kann jeder Kunde (Warnliste vorhanden/Saisons-Mitarbeit usw.) ein Konto eröffnen (ist bei unseren Mitbewerbern in Lech nicht selbstverständlich).
2. Abwicklungsmöglichkeit von unbaren Geldverkehr über
 - a. Internet Banking
 - b. Girobox
 - c. bargeldlose Zahlungen mit Karten (auch Kreditkarten)
3. Abwicklung von Bargeld:
 - a. Diskretschalter
 - b. Bankservicekarten (Kreditkarten) im Zusammenhang mit Bankomat
 - c. Tag- und Nachttresor
 - d. Münzrollengeber
 - e. Münzgeldzähler
4. Finanzierung:
 - a. Investitionen
 - b. Wohnbau
 - c. sonstige Wünsche
5. Geldanlagemöglichkeiten:
 - a. Sparbuch
 - b. Sparkonto
 - c. Veranlagung im Anleihenbereich, Aktienbereich, Fonds usw.
 - d. Führung von Depots
6. Serviceleitungen:
 - a. Morgenpost
 - b. Fundgrube
 - c. Homepage Raiffeisen Lech
 - d. Beratung erfolgt ohne Einhebung von Entgelten
 - e. Produktverkauf zugeschnitten auf Kunden ohne Berücksichtigung von Bankvorteil (Provisionsertrag usw.)

Das Kreditgeschäft ist ein wesentliches Kerngeschäfts der Raiffeisenbank Lech/Arlberg. Dabei erfolgt die Marktbearbeitung nach dem Regionalitätsprinzip. Finanzierungen in anderen Gebieten und im Ausland werden nur über bestehende Kundenkontakte angestrebt bzw. durchgeführt und sind von nachrangiger Bedeutung bzw. in kleinerem Ausmaß vorhanden. Der Großteil unserer Kreditvergaben wird für Investitionen in der örtlichen Tourismuswirtschaft verwendet wie z.B. für Hotels und Pensionen, Gaststätten oder Schilifte. Bei einer Kreditbewilligung steht an erster Stelle die Prüfung der Kreditfähigkeit. Der Kunde muss in der Lage sein, den Kredit aus den laufenden Einnahmen bedienen zu können. Wenn wir vermuten, dass es zu Problemen mit der Rückzahlungsfähigkeit kommen kann, sprechen wir das dem Kunden gegenüber offen an. Der Kunde soll sich die Investition leisten können und nicht seine Existenz gefährden. Hier unterscheiden wir uns von auswärtigen Anbietern, die eine Finanzierung nur aufgrund ausreichender Sicherheiten anbieten. Bei all unseren Produkten steht nicht die Rendite im Vordergrund. Jedoch müssen wir sämtliche Kosten abdecken und die gesetzlichen Normen im Bezug auf eine ausreichende Eigenkapitalausstattung erfüllen. Neben der Deckung der Personal- und Sachkosten sind wir bestrebt, auch einen Beitrag zur Eigenkapitalausstattung zu erwirtschaften und berücksichtigen, dass die kalkulatorischen Risikokosten mittelfristig gedeckt sind. Wir bieten keine Produkte zu Dumpingpreisen an.

Die Mittelherkunft wird hauptsächlich von Privatpersonen und Unternehmen in Lech abgedeckt, wobei auch von Gästen Einlagen getätigt werden. Dabei wird die Herkunft des Geldes eingehend geprüft – die Annahme kann auch von jedem Berater abgelehnt werden. Im PrivateBanking haben wir die Möglichkeit, den Kunden gewisse Vorschläge bezüglich Art der Papiere zu machen. Im Spannungsfeld zwischen Rendite und Risiko gilt es hier dann den optimalen Mix zu finden. Grundsätzlich haben wir im Haus die Regelung, keine Spekulation auf Lebensmittel zu empfehlen.

Der Raiffeisenbank Lech ist es ein Anliegen, den Kunden ihren Bedürfnissen entsprechende Produkte zu verkaufen. Nicht der Profit steht im Vordergrund, sondern der Kunde und dessen Bedürfnisse. Diese Bedürfnisse/Lebensumstände werden in langen Gesprächen mit den Kunden eruiert. Die Gespräche stellen sich so dar, dass der Betreuer hauptsächlich zuhört, zwischendurch gezielte Fragen stellt und somit die Kundenwünsche analysiert, um entsprechende Angebote zu machen. Dieser Vorgang ist nicht „steif“ vorgegeben, sondern kann individuell vom Berater gestaltet werden. Mit den Kunden werden jährlich Gespräche geführt und erneut geprüft, ob die im Depot vorhandenen Papiere noch stimmig sind, ob der Grundgedanke noch passt, oder ob sich die Lebensumstände des Kunden geändert haben. Eine langfristige Kundenbeziehung wird angestrebt, wo Qualität, nicht Quantität, das beherrschende Thema in der Beratung ist.

Über die klassischen Bankprodukte hinaus bieten wir beispielsweise mit der Initiative Lebensraum Lech auch verschiedenste Programme im sozialen und kulturellen Bereich. Speziell beim folgenden Kriterium (E2 Beitrag zum Gemeinwesen) wird auf Dienstleistungen, die wir anbieten, detaillierter eingegangen. Diese Dienstleistungen haben sicherlich eine sehr positive gesellschaftliche Wirkung.

Derzeit gibt es in der Raiffeisenbank Lech außer den genannten Beispielen keine internen Prozesse zur Evaluierung der direkten und indirekten gesellschaftlichen Wirkung unserer Produkte und Dienstleistungen.

Erste Schritte

0% von 22,5 Punkten = 0 Punkte

2) Welche positiven Nutzen oder negative Folgewirkungen entstehen direkt oder indirekt durch unsere Produkte/Dienstleistungen?

Ein grundsätzlicher Nutzen einer Bank ist die Einlage von Geld, um es zu einem späteren Zeitpunkt wieder abzurufen. Diese Grundfunktion bietet Sicherheit. Auch die Möglichkeit, Geld auszuleihen, um ein Projekt zu realisieren, sehen wir grundsätzlich als sehr positiv. Mittlerweile können viele dieser Serviceleistungen rund um die Uhr beansprucht werden, da Geld dem Kunden jederzeit zur Verfügung stehen soll, zur Befriedigung unterschiedlicher Bedürfnisse oder Wünsche. Es liegt allerdings nicht im Einflussbereich der Bank, was mit diesem Geld passiert. Bei der Betrachtung des Zinssystems sehen wir grundsätzlich keine Problematik. Spätestens bei der Abschätzung der Folgewirkungen des Zinseszinses wird es schwierig, die Folgewirkungen konkret abzuschätzen. Da hier das Geld selbst anfängt, sich zu vermehren ohne, dass sich dahinter reale Gegenwerte verbergen gilt es diesen Bereich kritisch zu hinterfragen. Weil dies aber ein Systemproblem ist, können wir als normale Bank kaum Einfluss nehmen. Allerdings bietet – aus unserer Sicht – die Gemeinwohlökonomie eine Möglichkeit, aus diesem derzeit im System verankerten Denken auszubrechen.

Der Sinn unserer Produkte im Bereich Sparen ist es, dieses Kapital anderen Menschen zur Verfügung zu stellen. Andererseits wirft dieser Vorgang für die Sparer in der Regel noch einen kleinen Gewinn ab, so kann man die Inflation ein wenig begrenzen.

Wenn es um den Wertpapierbereich geht, sind die Folgewirkungen sehr schwer abzuschätzen. Durch unsere interne Regelung, keine Lebensmittelspekulationen zu empfehlen, können wir hier negative Folgewirkungen verhindern.

Grundsätzlich bleibt aber die Problematik, dass wir keinen Einfluss auf den Umgang unserer Kunden mit ihrem Geld haben. Da aber die Grundfunktionen unserer Produkte und Dienstleistungen im Bereich Sparen/Kredite als positiv einzustufen sind, bewerten wir uns als

Fortgeschritten 0% von 22,5 Punkten = 0 Punkte

3) Kulturverträglichkeit: Wie sind soziale Aspekte im Wertschöpfungsprozess im Vergleich zu Alternativen mit ähnlichem Endnutzen zu beurteilen? (Siehe soziale Aspekte bei A1 sowie D4)

Bei der Vergabe von Krediten setzen wir durch unsere Prüfungen, ob sich der Kunde einen Kredit überhaupt leisten kann, einen kleinen Standard. Wir haben kein Interesse am Konkurs eines Unternehmers. Durch die Auswahl, wer einen Kredit bekommt, haben wir zusätzlich Einfluss auf die Entwicklung der Bebauung in unserem Ort. Im PrivateBanking werden die Produkte zum Teil hinsichtlich der Unternehmen, die dahinter stehen, geprüft und die Empfehlungen der Kundenberater fallen dementsprechend aus. Vordergründig sind nicht die Renditen, sondern die Sinnhaftigkeit der Produkte für den Kunden und dessen Ziele, die erreicht werden wollen.

Mit Maßnahmen wie dem Finanzführerschein für die Jugendlichen Lecher können wir die kommende Generation im Umgang mit Geld und die darin verborgenen Gefahren schulen. Es wird auch darauf geachtet, dass die „Schuldenfalle“ nicht zuschnappt. Bei Überziehungen von Konten und der Verwendung von Kreditkarten wird in der Raiffeisenbank Lech genau hingesehen. Also zusätzliche Leistung abseits unserer klassischen Bankdienstleistungen ist die Initiative Lebensraum Lech eine neue Art, die Kultur in Lech zu fördern.

Fortgeschritten 0% von 22,5 Punkten = 0 Punkte

4) Naturverträglichkeit, Suffizienz/Genügsamkeit: Wie sind ökologische Aspekte unserer Produkte/Dienstleistungen im Vergleich zu Produkte/Dienstleistungen mit ähnlichen Endnutzen zu beurteilen? (siehe D3)

Im Bereich der Ökologie gibt es derzeit keine Betrachtung unserer Produkte und Dienstleistungen. Wir sind aber sehr wohl darum bemüht, durch unsere Berater und evtl. mögliche Förderungen unsere Kunden zu informieren, was alles gemacht werden kann. Grundsätzlich ist es aber so, dass wir wenig Einfluss auf den Kunden und seine Ausgaben haben

Fortgeschritten 0% von 22,5 Punkten = 0 Punkte

Selbstbewertung E1 **16 von 90 Punkte**

Auditorbewertung E1 **0 von 90 Punkte**

Anmerkung des Auditor Christian Loy zur Punktevergabe:

Das Urteil soll nicht damit gleichgesetzt werden, dass die Produkte und Dienstleistungen keinen gesellschaftlichen Sinn haben, sondern in erster Linie die Risiken reflektieren, die in Zusammenhang hiermit stehen. Diese vorsichtige Haltung ist auch eine Maßnahme zur Sicherstellung der Glaubwürdigkeit der Gemeinwohlökonomie. Die Orientierung des Unternehmens an die Bedürfnisse der KundInnen wird in nicht in geringster Weise angezweifelt, jedoch geht es hierbei um eine holistische Betrachtung. Zwei Aspekte sind für die Beurteilung des Auditors ausschlaggebend gewesen:

- 1) *Das Bankgeheimnis und potentielle Effekte auf Steuereinnahmen in anderen Ländern ist ein gegenwärtig gesellschaftlich sehr kontrovers diskutiertes Thema. Das Unternehmen versucht das Risiko dessen durch unterschiedliche, glaubwürdige Maßnahmen zu minimieren. Dennoch bleibt ein gewisses Risiko bestehen, dass die Dienstleistungen, aus steuerpolitischen Überlegungen, seitens der KundInnen für Steuerhinterziehung missbraucht werden. Durch den hohen Anteil an einkommensstarken Stammgästen aus Deutschland und deren Relevanz für die Geschäftsaktivitäten der Bank ist die Exposition überdurchschnittlich zu anderen Regionalbanken. Angesichts des baldigen Wegfalls ist dieses Thema für die Zukunft von geringerer Relevanz, jedoch wird man erst in 1-2 Jahren das Ausmaß quantifizieren können, zu welchem Anteil die Dienstleistungen seitens der KundInnen negativ genutzt wurden. Es gibt keine Hinweise darauf, dass das Unternehmen hierzu aktiv beigetragen hat.*
- 2) *Den grundsätzlich positiven lokalen Dienstleistungen (Kreditwesen, etc.) steht mit der Vermögensverwaltung ein, aus ethischer Perspektive, kritisches Geschäftsfeld gegenüber. Hier wird weitestgehend am renditeorientierten Finanzmarkt agiert, dessen Funktionsweise in vielen Aspekten fundamental den Prinzipien der Gemeinwohlökonomie widerspricht (insbesondere Aktien&Fonds). Die Produkte ermöglichen es den KundInnen teils hohe Gewinne aus Kapitaleinkommen zu genießen, welche in vielen Fällen durch sozial und ökologisch problematisch agierende Unternehmen generiert werden. Diesen Problemen wird gegenwärtig nicht aktiv gegengesteuert (z.B.: aktive Selektion der ausgewählten Titel im Sinne eines ernst gemeinten „Ethischen Investments“; Maßnahmen zur Reduktion der Kapitalkonzentration), jedoch gibt es erste sehr positive Überlegungen für die Zukunft (Beteiligungsprojekte für erneuerbare Energieproduktion).*

E1 Handlungsempfehlungen:

- 1) Analyse des Portfolio im PrivatBanking
- 2) Einführung eines internen Prozesses zur Evaluierung der direkten und indirekten gesellschaftlichen Wirkung unserer Produkte und Dienstleistungen
- 3) Gutscheine für Energieberater anbieten
- 4) Anreize für naturverträgliche Investitionen schaffen
- 5) Beschluss im Vorstand, dass keine Immobilien-Finanzierungen für „Ausländer“ gemacht werden (außer bei Ferienwohnungswidmung), um den Ausverkauf der Heimat zu verhindern

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Fischer Klaudia, Gantschnig Elisabeth, Huber Melanie, **Schwarzl Jürgen**, Stöckler Anna

1) Leistungen

Die Leistungen der Mitarbeiter der Raiffeisenbank Lech in ihrer Arbeits- und Freizeit wurden gesammelt und zusammengerechnet (Anhang 3). Dies umfasst Tätigkeiten in den verschiedensten Vereinen und Rettungsorganisationen sowie das gesamte Engagement in der Initiative Lebensraum Lech. Dort gibt es eine Mitarbeiterin, die zu 100% nur zum Zwecke der Förderung unseres Lebensraums angestellt ist.

Das aktive und nicht profitorientierte Engagement der Raiffeisenbank Lech für das Gemeinwesen kann in mehrere Bereiche aufgeteilt werden:

a) Initiative Lebensraum Lech:

Hier handelt es sich um ein eigenes Geschäftsfeld, welches sich mit dem Lebensraum Lech und der Bevölkerung von Lech beschäftigt. Die Bank unterstützt dieses Geschäftsfeld mit einem Betrag von 30.000,- Euro sowie einer eigens hierfür abgestellten Arbeitskraft plus einer Teilbeschäftigung einer weiteren Person (Personalkosten ca. 108.000,- Euro). Hier werden beispielsweise folgende Projekte realisiert: Grüner Ring, Seniorennachmittag, Herbstfest, Kabarett, Lauschule, Marke Lech-Zürs, familienfreundliche Gemeinde, verschiedenste Tageskurse, usw. (siehe Geschäftsbericht).

b) Lechclub:

Hier handelt es sich um den Jugendclub der Raiffeisenbank. Der Lechclub organisiert div. Veranstaltung (siehe Geschäftsbericht) für Kinder und Jugendliche. Die Kosten hierfür belaufen sich auf ca. 10.000,- Euro jährlich.

c) Unterstützung der Vereine und Rettungsorganisationen:

Mitarbeiter, die in Rettungsorganisationen tätig sind, werden während der Arbeitszeit für Einsätze freigestellt. Für alle Mitglieder der Rettungsorganisationen wird zusätzlich eine Unfallversicherung abgeschlossen. Die Einsatzzeit betrug im Jahr 2011 während der Arbeitszeit ca. 130 Stunden. Mitarbeiter, die in Vereinen tätig sind, dürfen div. Tätigkeiten (Kassier, usw.) während der Arbeitszeit verrichten.

d) Räumlichkeiten:

Die Räumlichkeiten der Raiffeisenbank Lech werden regelmäßig verschiedensten Institutionen für Versammlungen, Sitzungen zur Verfügung gestellt. Der Skiclub Arlberg bekommt jährlich für 5 Monate einen Verkaufsraum gratis zur Verfügung gestellt, da dies der Jugendförderung zu Gute kommt.

e) Erhaltung der Leistungsfähigkeit:

Es gibt zinslose Bauvorfinanzierungskonten und Darlehen nach Katastrophen (siehe Hochwasser 2005) oder Unterstützung von Personen nach schweren Unfällen und Krankheiten (zinslose Kredite usw.).

Aufsummiert ergibt sich aus dem Anteil an der Jahresarbeitszeit aller Mitarbeiter, die im Sinne des Gemeinwohls aufgewendet wird ein Anteil von über 5%. Betrachtet man die geldwerten Leistungen, sind das immerhin 1,5% unseres Jahresumsatzes. Da es aus unserer Sicht hier keine Steigerungsmöglichkeiten mehr gibt, bewerten wir uns als

Vorbildlich 100% von 28 Punkten = 28 Punkte

2) Wirkungen

Nach einigen Jahren der Initiative Lebensraum Lech und anderen nicht gewinnorientierten Tätigkeiten, sind die Wirkungen breit gestreut und allgegenwärtig. Wir schaffen durch unser Angebot eine Verbesserung des Angebots in der Region und können so zu einer Verbesserung des Wohlbefindens der Menschen beitragen und steigern so gleichzeitig die Leistungsfähigkeit der Region. Wo wir können, stellen wir unser Wissen oder unser Kapital für sinnvolle Projekte gerne zur Verfügung.

Vorbildlich 80% von 12 Punkten = 10 Punkte

Selbstbewertung E2 38 von 40 Punkte

Auditorbewertung E2 38 von 40 Punkte

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Lackner Wolfgang, Meier Wilhelm, Plank Inge, Rinderer Annemarie, **Walch Hubertus**

1) Relative Auswirkungen: Im Branchenvergleich liegt das Unternehmen ...

Beim Wärmeenergieverbrauch der Bankgebäude in Lech und Warth sowie dem Mitarbeiterhaus in Stubenbach wird lediglich noch in Warth mit Öl geheizt. In Lech wird das Bankgebäude seit dem Neubau mit Fernwärme beheizt und benötigt jährlich zwischen 70 und 80 MWh Fernwärme aus Hackschnitzeln, was einer CO₂-Einsparung von 21 Tonnen entspricht. Das Mitarbeiterhaus in Stubenbach wurde kurz nach dem Bau auf Fernwärme umgestellt. Bei einem jährlichen Verbrauch von ca. 230 MWh entspricht dies einer CO₂-Reduktion von 64,4 Tonnen.

Bei elektrischer Energie verbraucht die Raiffeisenbank Lech durchschnittlich 220.000 kWh was einer CO₂-Belastung von 30,8 Tonnen entspricht. In Warth liegt dieser bei durchschnittlich 13.500 kWh, dies entspricht einer CO₂-Belastung von 1,89 Tonnen.

Bereits beim Neubau der Bank im Jahr 2004 wurden die ökologischen Auswirkungen bei der Dämmung, den verwendeten Fenstern, der Steuerung der Heizung sowie der Belüftungsanlage berücksichtigt. Bei der Grundbeleuchtung wurden damals schon Neonröhren eingesetzt und lediglich bei der zusätzlichen Beleuchtung wurde auf Halogenlampen zurückgegriffen. Dadurch, dass alle Lampen über ein Bus-System geschaltet werden können, wurde ein Automatismus hinterlegt, der spätestens am Abend alle noch leuchtenden Lampen ausschaltet. Die Außen- und Schaufensterbeleuchtung schaltet um Mitternacht automatisch ab. Zudem sind die Stiegenhäuser und Gänge außerhalb der Kernzeiten mit Bewegungsmeldern ausgestattet, um nur beleuchtet zu sein, wenn dies auch wirklich benötigt wird. Auch eine Umstellung der Beleuchtung auf LEDs ist bereits angedacht. Da es sich aber bei den meisten Leuchten um multifunktionale Leuchten handelt (Leuchte ist gleichzeitig Abgang für Lüftung oder hat einen Brandmelder integriert), ist ein einfacher Austausch der Leuchtmittel nicht möglich. Der Hersteller der Leuchten wurde bereits beauftragt, ein Konzept und ein Angebot für eine Umstellung der Beleuchtung auf LEDs zu legen. Zudem gibt es in den Räumen Helligkeitssensoren, die bei ausreichendem Tageslicht im Büro die Beleuchtung automatisch ausschalten.

Beim Stromverbrauch – wie z.B. durch die PCs der Mitarbeiter – gibt es die Vorgabe, die Geräte jeden Abend auszuschalten, damit keine Energie unnötig verbraucht wird.

Bezüglich Mobilität gilt es noch, die Mobilität während der Arbeitszeit zu betrachten, da die Mobilität zum Arbeitsplatz bereits im Kriterium C3 analysiert wurde. Während der Arbeitszeit gibt es bei uns grundsätzlich nur wenige Termine außer Haus. Darum können nur zwei Firmenwagen, ein VW Golf Kombi und ein Mercedes R-Klasse, von den Mitarbeitern verwendet werden. Beide Fahrzeuge haben Allradantrieb, weil wir auf 1400 m Seehöhe lange (und harte) Winter haben und beinahe das halbe Jahr auf Schneefahrbahn unterwegs sind. Als Lech eine Partnerschaft mit Mercedes einging, hat auch die Raiffeisenbank Lech einen Mercedes als Dienstauto angekauft, um diese Partnerschaft zu stärken. Der Verbrauch der R-Klasse ist doppelt so hoch wie der des VW Golf. Es wurde bereits versucht, diesen Mercedes zu verkaufen, was sich jedoch schwierig gestaltete. Darum wurde entschieden, das Auto trotz des Verbrauchs zu behalten. Bei einer Ersatzbeschaffung wird aber sicherlich deutlich mehr Wert auf den Verbrauch gelegt. Diese Fahrzeuge sind hauptsächlich im Einsatz, wenn unsere Mitarbeiter zu Schulungen zur Raiffeisenlandesbank fahren. Ein Besuch der Schulungen mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist leider nicht sehr interessant, da die Anbindung außerhalb des Winters nicht optimal ist. Hier könnte die Schaffung eines Anreizsystems helfen, die öffentlichen Verkehrsmittel attraktiver zu machen.

In den vergangenen Jahren wurden mit den beiden Firmenwagen im Durchschnitt ca. 40.000 km zurückgelegt. Der Verbrauch lag beim Mercedes bei 2.350 Litern für 22.500 km und beim Golf bei 1.077 Litern für 18.800 km im Jahr 2012. Zusätzlich gibt es im Sommer ein E-Bike und einen Segway, die von allen Mitarbeitern verwendet werden können. Viele Termine außer Haus können in Lech allerdings zu Fuß erledigt werden, deshalb spielt die Mobilität in diesem Fall keine sehr große Rolle.

Beim Materialverbrauch achten wir darauf, keine großen Bestellungen zu tätigen und viel Material auf Lager zu haben – bei Änderungen eines Logos oder Änderungen einer Telefonnummer müsste ansonsten alles weggeworfen werden. Es wird hier meist ein Jahresbedarf bestellt. Zudem wird in den einzelnen Abteilungen bei Bestellungen darauf geachtet, dass die Produkte ökologisch sinnvoll sind. Aufgeschlüsselt nach Kategorien haben wir im Jahr 2012 Material in folgendem Wert beschafft:

Kosten Büromaterial	26.791,33 Euro
Kosten Geschenke, Give-Aways	25.168,- Euro
Werbematerial/Drucksorten	35.964,- Euro

Beinahe alle unsere Drucker im Haus werden über das Raiffeisen Rechenzentrum beschafft, mit Toner versorgt und auch abgerechnet. Aus diesem Grund sind wir in der Lage, eine sehr genaue Aufstellung über unseren Aufwand an Druckern zu geben. Wir haben im Jahr 2012 ca. 200.000 Seiten ausgedruckt und damit auch soviel Blatt Papier verbraucht, da nur selten doppelseitig gedruckt wurde. Von allen Ausdrucken ist knapp die Hälfte in Farbe.

Modell	Gesamtseiten 2012	Schwarz/Weiß Seiten 2012	Farbseiten 2012
Color LaserJet CM3530 MFP B07011	10.449	5.989	4.460
Color LaserJet CM3530 MFP B07015	3.049	1.510	1.539
Color LaserJet CM3530 MFP B07012	11.697	6.979	4.718
Color LaserJet CM3530 MFP B07146	14.365	6.311	8.054
Color LaserJet CM3530 MFP B07013	39.355	20.793	18.562
Color LaserJet CM3530 MFP B07014	33.799	10.051	23.748
Color LaserJet CP3525 B07145	6.912	904	6.008
Color LaserJet CP3525 B07144	14.399	4.566	9.833
Color LaserJet CP3525 B07143	28.741	15.413	13.328
ProOffice TPH03683	14.989	14.950	39
ProOffice GPV63844 (14068)	22.260	19.321	2.939
Summe	200.015	106.787	93.228

Trotz des hohen Verbrauchs an Papier war die Raiffeisenbank Lech immer bemüht, den Aufwand möglichst gering zu halten. So waren die Drucker seitens der Landesbank beim Kauf und Verkauf von Wertpapieren voreingestellt, dass alle Unterlagen in doppelter Ausführung gedruckt wurde. Wenn es zudem noch einen unglücklichen Zeilenumbruch gegeben hat, wurden zwei Seiten gedruckt – und das in zweifacher Ausführung. Benötigt wurde allerdings immer nur eine einfache Ausführung, jedoch hatten wir keinen Einfluss auf diese Einstellung. Nach mehrfachem Urgieren und viel zu vielen weggeworfenen Zetteln konnten wir nun endlich eine Umstellung erreichen.

Erfahren 60% von 35 Punkten = 21 Punkte

2) Management und Strategie (mit zunehmender Größe von Relevanz, bei Branchen mit hohen ökologischen Auswirkungen Grundvoraussetzung):

Aufgrund unserer kleinen Unternehmensgröße gibt es wenige strategische Ziele und Kennzahlen. Es gibt aber sehr wohl Maßnahmen, die eine Reduktion ökologischer Auswirkungen zur Folge haben. Durch unsere enge Zusammenarbeit mit Energieberater Helmut Burtscher bezüglich Förderungen, sind wir stets bemüht, unsere ökologischen Auswirkungen zu reduzieren. Durch diese Bemühungen konnte beispielsweise der Stromverbrauch in der Raiffeisenbank Lech vom Jahr 2011 auf das Jahr 2012 um 7% reduziert werden. Der Verbrauch an Wärmeenergie lässt sich mit den Vorjahren nur bedingt vergleichen, da durch die langen Winter und die Abhängigkeit von den Außentemperaturen die Aufwände sehr stark schwanken.

Erfahren 40% von 35 Punkten = 14 Punkte

Selbstbewertung E3 35 von 70 Punkte

Auditorbewertung E3 14 von 70 Punkte

E3 Handlungsempfehlungen:

- 1) Monitoring für Materialeinkauf, Verpackungsmaterial
- 2) Stromverbrauch reduzieren
- 3) Mercedes als Firmenauto überdenken – Verbrauch ist doppelt so hoch wie beim Golf
- 4) Beidseitiger Druck in Graustufen als Standardeinstellung für Ausdrucke einstellen
- 5) Hinweis, dass Computer am Abend auszuschalten sind in Dienstanweisung festhalten
- 6) Solaranlage für Bank und Wohnanlage
- 7) Beleuchtung umstellen auf LED
- 8) Ökoprofit
- 9) Analyse des Druckaufkommens
- 10) Strategie zur Reduktion ökologischer Auswirkungen erstellen
- 11) Kennzahlen für ökologische Auswirkungen definieren, messen und künftig vergleichen
- 12) Förderung der Fahrten zu Schulungen nach Bregenz mit öffentlichen Verkehrsmitteln, beispielsweise durch den Anreiz, dass die Fahrzeit als Arbeitszeit gilt.

E4 MINIMIERUNG DER GEWINNAUSSCHÜTTUNG AN EXTERNE

Fischer Klaudia, Reitbauer Michaela, **Schnell Sabine**, Schwarzl Jürgen

Als Genossenschaft wird jährlich auf der Generalversammlung entschieden, ob ein Gewinn an die Mitglieder ausgeschüttet wird. In den vergangenen Jahren gab es keine Verzinsung der Geschäftsanteile. Dadurch, dass unsere Mitglieder eigentlich immer unsere Kunden sind, gibt es keine Ausschüttung von Gewinnen an Externe.

Vorbildlich 100% von 60 Punkten = 60 Punkte

Selbstbewertung E4 60 von 60 Punkte

Auditorbewertung E4 60 von 60 Punkte

E5 GESELLSCHAFTLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

Beiser Simon, **Fischer Klaudia**, Reitbauer, Michaela, Schwarzl Jürgen

1) Transparenz: Inhaltlicher Umfang

Aufgrund der Größe unseres Unternehmens teilen sich die Punkte zwischen Transparenz und Mitbestimmung in einem Verhältnis von 60:40 auf. Beim inhaltlichen Umfang der Transparenz gegenüber der Gesellschaft gibt es nur den Geschäftsbericht in Druckform und als PDF-Datei auf unserer Homepage sowie die jährliche Generalversammlung, bei der jedes Mitglied ein Stimmrecht hat.

Erste Schritte 10% von 4,5 Punkten = 0,5 Punkte

2) Transparenz: Reichweite Berührungsgruppen

Bei der Reichweite der Transparenz gegenüber unseren Berührungsgruppen galt es zuerst zu identifizieren, welche Berührungsgruppen es gibt. Dies ist als erstes die Bevölkerung der Region (d.h. im nahen Umkreis zum Betriebsstandort). Wobei es hier keine Transparenz über die oben erwähnten Punkte hinaus gibt. Für uns gilt nur das Bankwesengesetz (BWG). Dadurch sind die Rahmenbedingungen bezüglich Transparenz zum Teil klar vorgegeben. Die Mitarbeiter der Raiffeisenbank Lech sind in keinen politischen Gremien (Gemeindevertretung nur im Kontrollausschuss und div. Unterausschüssen) tätig, um evtl. Konflikte im Voraus zu vermeiden. Wir arbeiten jedoch aktiv in verschiedenen Projektgruppen, wie z.B. Marke Lech, Grüner Ring (...) mit. Die Jugend liegt uns sehr am Herzen, daher haben wir vor 10 Jahren den Lechclub installiert. Allerdings gibt es hier keine speziell Form der Transparenz für diese Berührungsgruppe

Erste Schritte 10% von 4,5 Punkten = 0,5 Punkte

3) Transparenz: Reichweite Standorte

Bezogen auf die vorigen beiden Punkte und vor allem auf den nachfolgenden Punkt sind alle Standorte von der Reichweite betroffen.

Vorbildlich 100% von 4,5 Punkten = 4,5 Punkte

4) Transparenz: Bei Unternehmen < 100 Mitarbeiter

Durch die Erstellung des Gemeinwohlberichts und einer detaillierten Beschreibung jedes Indikators erhalten wir hier die Bewertung

Vorbildlich 100% von 4,5 Punkten = 4,5 Punkte

5) Mitbestimmung: Art der Mitbestimmung und Dokumentation

Grundsätzlich ist eine Mitbestimmung klar durch unsere Rechtsform, der Genossenschaft, vorgegeben. Jeder Kunde hat die Möglichkeit, Mitglied zu werden. Diese haben wiederum ein Stimmrecht in der Generalversammlung. Die Generalversammlung wählt den Aufsichtsrat und dieser wiederum wählt den Vorstand. Zudem hat die Generalversammlung die Möglichkeit, Vorstände abzuwählen. Hier sehen wir nicht viele Möglichkeiten der

Verbesserung. Wir können jedoch aktiv Mitglieder werben, was momentan nicht passiert – diese hätten dann die Möglichkeit, sich einzubringen. Es gibt aber keine Dokumentation der Arten der Mitbestimmung

Erfahren 30% von 4 Punkten = 1 Punkt

6) Mitbestimmung: Umfang der Mitbestimmung

Es gibt derzeit maximal einzelne Maßnahmen im Bezug auf den Umfang der Mitbestimmung, allerdings keine umfassenden Mitbestimmungsprozesse.

Erste Schritte 10% von 4 Punkten = 0,5 Punkte

7) Mitbestimmung: Umfang einbezogener Berührungsgruppen

Bei der Einbeziehung der Berührungsgruppen in die Mitbestimmung gibt es nur sehr wenige Projekte, wo die Berührungsgruppen aktiv teilnehmen können. Darum bewerten wir uns mit

Erste Schritte 10% von 4 Punkten = 0,5 Punkte

Selbstbewertung E5 12 von 30 Punkte

Auditorbewertung E5 6 von 30 Punkte

E5 Handlungsempfehlungen:

- 1) Überlegen, welche Punkte sollen/können/müssen transparent gemacht werden (inhaltlicher Umfang). In welchen Punkten wäre dies wünschenswert und/oder sinnvoll
- 2) Welchen Berührungsgruppen gegenüber soll die Transparenz gewährleistet werden
- 3) Wie kann eine gesellschaftliche Mitbestimmung aussehen
- 4) Unterschiede zwischen den Lecher Banken aufzeigen. Was bedeutet es, Kunde bei der Raiffeisenbank Lech und nicht bei der Sparkasse, Volksbank oder Hypobank zu sein (Initiative Lebensraum Lech (ILL), soziales Engagement). Die Bank bietet ein Mitbestimmungsrecht für alle Mitglieder

Verzeichnis der Anhänge:

Anhang 1: Fragebogen Arbeitsplatzqualität	47
Anhang 2: Fragebogen Zeitmanagement.....	50
Anhang 3: Auflistung des Beitrags zum Gemeinwesen	52

ANHANG 1: FRAGEBOGEN ARBEITSPLATZQUALITÄT

Fragen zum Thema Arbeitsplatzqualität

1. Wie findest du deinen Arbeitsplatz im Bezug auf ...?

Luftfeuchtigkeit	1 sehr gut	9 gut	7 mittelmäßig	4 schlecht	sehr schlecht
Temperatur	3 sehr gut	7 gut	5 mittelmäßig	6 schlecht	1 sehr schlecht
Licht	11 sehr gut	8 gut	mittelmäßig	1 schlecht	sehr schlecht
Lautstärke/Lärmpegel	5 sehr gut	8 gut	4 mittelmäßig	4 schlecht	sehr schlecht
Musik	5 sehr gut	5 gut	5 mittelmäßig	3 schlecht	1 sehr schlecht

2. Welche Art von Musik (Sender) würdest du dir wünschen?

Radio VlbG, keine Musik, Antenne VlbG, Ö3, Kronehit, Modern aber nicht zu laut, keine Panflöte und keine Opernmusik, kein Ö3, Bayern 3, nichts klassisches, FM4, keine Musik = gute Laune,

3. Hast du an deinem Schreibtisch gut Platz zum Arbeiten?

13 sehr gut 4 gut 3 mittelmäßig schlecht 1 sehr schlecht

4. Achtet die Bank auf deine körperliche Gesundheit?

6 sehr gut 10 gut 4 mittelmäßig schlecht sehr schlecht

5. Was könnte die Bank für deine körperliche Gesundheit tun bzw. anbieten?

Größere Bildschirme, gemeinsamer Sport, Sitzpolster, Physiotherapie, Blumen, Gesundheitsball

6. Achtet die Bank auf deine geistige Gesundheit?

4 sehr gut 13 gut 3 mittelmäßig 1 schlecht sehr schlecht

7. Was könnte die Bank für deine geistige Gesundheit tun bzw. anbieten?

Keine Antworten

8. Wie gefällt dir deine Arbeit?

13 sehr gut 6 gut 1 mittelmäßig schlecht sehr schlecht

9. Ist deine Tätigkeit ausreichend abwechslungsreich?

11 sehr gut 7 gut 1 mittelmäßig 1 schlecht sehr schlecht

10. Kannst du deine Fähigkeiten und Kenntnisse nützen?

9 sehr gut 8 gut 3 mittelmäßig schlecht sehr schlecht

11. Wie sind die Beziehungen zu den Arbeitskolleginnen und -Kollegen?

9 sehr gut 12 gut mittelmäßig schlecht sehr schlecht

12. Wie sind die Beziehungen zu deinem Vorgesetzten?

11 sehr gut 8 gut 1 mittelmäßig schlecht sehr schlecht

13. Bekommst du Unterstützung von deinem Vorgesetzten?

5 sehr gut 11 gut 2 mittelmäßig 1 schlecht sehr schlecht

14. Bist du mit deinem Gehalt zufrieden?

8 sehr zufrieden 8 zufrieden 4 mittelmäßig 1 unzufrieden sehr unzufrieden

15. Findest du eine Offenlegung der Gehälter gut?

3 sehr gut 6 gut 5 mittelmäßig 5 schlecht 2 sehr schlecht

16. Bist du mit dem Schwierigkeitsgrad deiner Arbeit zufrieden?

9 sehr zufrieden 9 zufrieden 2 mittelmäßig 1 unzufrieden sehr unzufrieden

17. Bist du mit der Menge deiner Arbeit zufrieden?

3 sehr zufrieden 12 zufrieden 6 mittelmäßig unzufrieden sehr unzufrieden

18. Fühlst du dich vor einem Arbeitsplatzverlust sicher?

10 sehr sicher 5 sicher 6 mittelmäßig unsicher sehr unsicher

19. Wird deine Meinung ausreichend wahrgenommen?

7 sehr gut 12 gut 1 mittelmäßig schlecht sehr schlecht

20. Wie zufrieden bist du allgemein mit deinem Schreibtisch (Stuhl, PC, etc.)?

Stuhl	11 sehr gut	7 gut	2 mittelmäßig	1 schlecht	sehr schlecht
PC	9 sehr gut	8 gut	3 mittelmäßig	1 schlecht	sehr schlecht
Tastatur	11 sehr gut	9 gut	1 mittelmäßig	schlecht	sehr schlecht
Schreibutensilien	13 sehr gut	5 gut	2 mittelmäßig	schlecht	sehr schlecht

21. **Wie zufrieden bist du mit den freiwilligen Leistungen der Bank (Kaffee, Obst, ...)**

17 sehr zufrieden 3 zufrieden mittelmäßig unzufrieden sehr unzufrieden

22. **Was würdest du dir zusätzlich in der Kaffeeküche wünschen?**

Getränkeautomat, Limo, rostfreier Kartoffelschäler, Couch

23. **Kennst du das Kursprogramm zur Persönlichkeitsbildung?**

12 ja 8 nein

24. **Möchtest du Kurse zur Persönlichkeitsbildung besuchen?**

12 ja 7 nein

25. **Bist du mit den Möglichkeiten, dich während der Arbeit zu erholen, zufrieden?**

9 sehr zufrieden 9 zufrieden 3 mittelmäßig unzufrieden sehr unzufrieden

Einmal Sommer

einmal Winter

26. **Würdest du dir einen Ruheraum wünschen?**

4 ja 17 nein

27. **Hast du allgemeine Anmerkungen?**

Ruheraum mit Decken und Kopfhörer, Sichtschutz, mehr Ruhe bei Abwicklungen von 13.00–14.30 Uhr

ANHANG 2: FRAGEBOGEN ZEITMANAGEMENT

Fragebogen Zeitmanagement

1) Seid ihr zufrieden mit der vorgegebenen Arbeitsstundenanzahl?

8 **9** **2**
sehr zufrieden zufrieden unentschieden unzufrieden sehr unzufrieden

1 b) Seid ihr in dieser Arbeitszeit

 gelangweilt **2**
 ausgelastet **19**

 Überlastet **1**
 was mache ich, wenn ich nicht ausgelastet bin?

2) Wie viel Stunden werden euch monatlich gestrichen?

14 **1** **1** **1** **1** **1**
keine inkludiert 0,5-2h selten zu viele 2–4 Monate/Jahr 15h

3) Habt ihr eine Überstundenpauschale?

Ja **5**
Nein **14**

4) Wenn ja, seid ihr damit zufrieden? Wie viele pauschale Überstunden habt ihr?

Ja **5**
Nein

5) Wie sollen Pflichtveranstaltungen der Bank gestempelt werden?

Zu viele Antworten, separate Diskussionsrunde

6) Wer soll diese Stunden bekommen und wer nicht?

Zu viele Antworten, separate Diskussionsrunde

7) Hättet ihr Ideen für ein eigenes Zeitmodell? (z.B.: Habe jeden Dienstagvormittag frei, möchte 35h die Woche arbeiten, ...)

Ja **2 (Jahresstundenzeitmodell, 4Tagewoche à 10 Std./Freitag frei)**
Nein **17**

8) Ist das „Pause“ stempeln in Ordnung oder lieber eine Pauschale für jeden?

17	2
Ja	Nein

9) Ist es in Ordnung, dass beim Arbeitertag keine Stunden vergütet werden?

10	10
Ja	Nein

10) Was darf man deiner Meinung nach in der Arbeitszeit alles erledigen?

Vereins-Einsatz	17
Vereins-administrative Tätigkeiten	10
Mit Freunden telefonieren	3
Private Mails schreiben	5
Private Mails und Telefonate in vernünftigem Maß	12

11) Ist es für euch OK, dass Vorstände nicht stempeln?

13	6
Ja	Nein

12.) Habt ihr generell Anmerkungen zu unserem Zeitmanagement?

Nein	10
Möglichkeit ganzer Tag Zeitausgleich	3
Vor Veranstaltungen klären, wie gestempelt wird	2
Gleiches Recht für alle	1
Mitarbeiter biegen System, alle anderen leiden	1
Mehr Toleranz bei Mehrstunden	1
Keine Vergütung des Arbeitertages	1
Zu viele Arbeitszeitmodelle	1

Vielen Dank für eure Mitarbeit! Bitte den Fragenbogen bis zum 20.11.2012 Elisabeth ins Fach legen.

DANKE!

Gemeinwohlökonomie Gruppe C2

ANHANG 3: AUFLISTUNG DES BEITRAGS ZUM GEMEINWESEN

Stundenübersicht Mitarbeiter Raiffeisenbank Lech

Mitarbeiter	27,04
Arbeitsstunden pro Mitarbeiter und Jahr	1.848,00
Gesamtarbeitsstunden pro Jahr	49.972,00

Stundenübersicht für E2

Mitarbeiter Vereinsarbeit/Lebensraum	Stunden pro Jahr Arbeitszeit	Stunden pro Jahr Freizeit	Gesamtsunden pro Jahr
Fischer Klaudia	1.848 ⁽¹⁾	200 ⁽¹⁾	2.048
Gundolf Georg	6 ⁽⁷⁾	2,5 ⁽⁷⁾	8,5
Jochum Martin	370 ⁽¹⁾	312 ⁽⁷⁾	682
Huber Melanie	53 ^(3,4)	298 ^(3,4)	
Reitbauer Michaela	34 ⁽¹⁾	864 ⁽¹⁾	898
Schwaighofer Nikolaus	9 ⁽³⁾	10 ⁽³⁾	19
Schwarzl Jürgen	36 ^(2,3)	864 ^(2,3)	900
Smodic Günter	24 ⁽⁷⁾	51,5 ⁽⁷⁾	75,5
Walch Markus	168 ⁽⁶⁾	84 ⁽⁶⁾	252
Summe	2.548	2.686	4.883

Anteil der Arbeitsstunden für E2 an den Gesamtarbeitsstunden 5,10%

Aufwandübersicht für E2

Aufwand	Jahresbetrag in EUR
Personalaufwand	108.000,-
Veranstaltungen	40.000,-
Versicherungen für Rettungsorganisationen	2.000,-
Soziale Vergütungen (Zinsfreistellungen usw.)	1.000,-
Gesamtaufwand pro Jahr	151.000,-

Anteil Gesamtaufwand vom Jahresumsatz (EUR 9.692.312) 1,56%

- Legende:
- (1) Lebensraum
 - (2) Rettung
 - (3) Berg- und Flugrettung
 - (4) Trachtenkapelle Lech
 - (5) Museumsverein
 - (6) Trachtenverein
 - (7) Feuerwehr
 - (8) Grüner Ring