

Gemeinwohl-Bericht von Lebensraum Holz



INHALTSVERZEICHNIS:

TESTAT: PEER-EVALUIERUNG	3
ECKPUNKTE DER GEMEINWOHLÖKONOMIE	4
UNTERNEHMEN	5
TÄTIGKEITSBEREICH	6
DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL	7
ANSPRECHPARTNER FÜR DIE GWÖ	7
NEGATIVKRITERIEN	7
A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT	8
B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT	9
C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG	10
C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT	11
C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN	12
C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS.....	12
C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ.....	13
D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN	14
D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN	14

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

TESTAT: PEER-EVALUIERUNG

TESTAT : PEER EVALUIERUNG

GEMEINWOHL-
BILANZ 2015

für Lebensraum Holz GmbH
BegleiterIn Jörn Wiedemann



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

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

Testat gültig bis 31.08.2019

BILANZSUMME 303

ECKPUNKTE DER GEMEINWOHL-ÖKONOMIE:

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

UNTERNEHMEN

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

TÄTIGKEITSBEREICH

Wir sind die führenden Spezialisten für Konzeption, Planung & Bau von gesunden Passivhäusern aus Holz.

Unser Name steht für unsere Philosophie, denn seit Jahren bauen wir gesunde Lebensräume aus Holz. Unsere Passivhäuser sind nachhaltig energieeffizient und aufgrund der natürlichen Baumaterialien gut für die Gesundheit. Mit einem Passivhaus aus Holz legt man den Grundstein für ein gesundes Wohnen mit minimalem Energiebedarf. Immer mehr Menschen möchten im Einklang mit der Natur leben. Genau aus diesem Grund haben wir uns auf Passivhäuser aus Holz spezialisiert. Dabei ist unser oberstes Gebot die Verwendung von ökologisch einwandfreien Baustoffen. Somit können wir eine gesunde und schadstofffreie Gebäudehülle garantieren.

Neben dem Einfamilien- und Doppelhausbau gehören auch Mehrfamilienhäuser zu unserem Leistungsspektrum.

Für jedes Grundstück bzw. jeder Kundin wird ein individueller Architekten-Entwurf gemacht und so auf die örtlichen Gegebenheiten und die KundInnenwünsche optimal eingegangen.

Durch die enge Zusammenarbeit mit den ausführenden Firmen können wir einen reibungslosen Bauablauf garantieren. Wir setzen auf langjährige Partnerschaften mit regionalen Firmen und haben so über die Jahre ein leistungsstarkes und freundschaftliches Team aufgebaut.

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

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

DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

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

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

ANSPRECHPERSON FÜR DIE GWÖ

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

NEGATIVKRITERIEN

Lebensraum Holz bestätigt, dass keines der Negativkriterien erfüllt wird:

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

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

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

Keine geplante Obsoleszenz. Kein Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens.

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

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

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

Keine Exzessive Einkommensspreizung.

A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

Um die Relevanz der beschafften Güter bzw. die Einflussmöglichkeiten zu ermitteln, sind hier alle Betriebsausgaben des Jahres 2014 aufgeführt. Abschreibungen sind nicht enthalten. Es geht darum zu erkennen, in welchen Bereichen man mehr oder weniger bzgl. regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte erreichen bzw. beeinflussen kann. Neben den absoluten Beträgen ist der Anteil am Umsatz angegeben.

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

Da wir sämtliche Bauleistungen bei unseren Partnerfirmen einkaufen, sind die Ausgaben für diese Fremdleistungen dementsprechend hoch.

Nachfolgend werden die Top-5 Partnerfirmen aufgeführt, die gemeinsam etwa 54% der gesamten Beschaffungskosten betragen. Weiterhin wird neben der jeweiligen Partnerfirma der Anteil an den Beschaffungskosten aufgeführt:

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

Regionale Aspekte:

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

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

Ökologische Aspekte:

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

Soziale Aspekte:

Wir betreiben kein Lohndumping, sondern verhandeln mit unseren Partnerfirmen auf Augenhöhe. Alle beteiligten Personen werden gleichermaßen wertgeschätzt - ob Hilfsarbeiter oder Architekt.

Bei den oben genannten Fremdleistungen handelt es sich um Beschaffungsgüter, bei denen wir die Materialien nicht selbst einkaufen, sondern immer Arbeitsleistung und Material in Auftrag geben. Somit ist der Einfluss begrenzt. Die Güter für das Büroleben sind unter Punkt E3 aufgeführt.

B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT

Bis dato wurden bei der Auswahl der Finanzdienstleister, Kapitalanlagen oder Vorsorgeanlagen keine ethischen, sozialen oder ökologischen Kriterien berücksichtigt. Ebenso war die Finanzierung über Berührungsrunden bis jetzt kein Thema.

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

Mittlerweile konnte das Unternehmen einen sehr guten Grundstock an Eigenkapital aufbauen. Im Jahr 2015 lag dieser bei ca. 800.000€. Somit ist keinerlei Engpass bzgl. der Liquidität vorhanden. Aus diesem Grund besteht aktuell kein weiterer Kapitalbedarf. Das einzige laufende Darlehen bei der Sparkasse RO-AIB wurde für die Anschaffung der Photovoltaik-Anlage benötigt. Für dieses Darlehen wurde eine kurze Laufzeit von 5 Jahren gewählt und diese ist 2018 vollständig getilgt. Die laufenden Versicherungen (Betriebshaftpflicht, Feuerversicherung, Abhundhalle, Kfz-Versicherungen) sind bislang noch nicht nach ethischen Gesichtspunkten ausgewählt worden.

C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

Die Firma Lebensraum Holz wurde im Jahr 1998 von Christoph Hartmann und Adi Brandl gegründet. Seit 2001 ist die Firma als GmbH eingetragen.

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

Im Jahr 2015 waren neben den drei Geschäftsführern sieben Personen im Unternehmen beschäftigt. Zwei davon mit Teilzeitverträgen. Alle Mitarbeiter sind fest angestellt.

Die Fehlzeiten (Krankheitstage) lagen im Jahr 2014 im Durchschnitt bei 4,4 Tagen je Mitarbeiter und somit weit unter dem Bundesdurchschnitt von 9,5 Tagen (2013). Die Nutzung von Home-Office wäre möglich aber bei den meisten Mitarbeitern auf Grund der Baustellenbesuche nicht praktikabel.

Gearbeitet wird – neben den Baustellenbesuchen – im Passivhaus-Büro aus Holz, welches mit ökologischen Baustoffen gebaut wurde.

Im Schnitt wird einmal jährlich ein gemeinsamer Betriebsausflug verbunden mit einer Weiterbildung organisiert. Dieser Ausflug dient der Fort- und zugleich der Teambildung. Wenn darüber hinaus gehend Interesse an weiteren Schulungen besteht, sind diese jederzeit möglich und auch erwünscht. Sämtliche Kosten für Weiterbildungsmaßnahmen werden vom Betrieb übernommen.

Einmal jährlich finden Mitarbeitergespräche statt. Dabei wird über Arbeitszeiten, Gehalt, Entwicklungsmöglichkeiten, usw. gesprochen.

Einen Betriebsrat oder eine unabhängige Ansprechperson für Anliegen, Kritik usw. gibt es nicht. Nach einer Umfrage Ende 2015 wird ein solcher vom ganzen Team auf Grund der flachen Hierarchie als nicht notwendig angesehen. Es wird eine sehr offene Beziehung zwischen Geschäftsführern und Mitarbeiter gepflegt bei der jederzeit auch Anliegen jeglicher Art direkt geklärt werden können.

Ein Programm zur betrieblichen Gesundheitsvorsorge gibt es nicht. Bei Bedarf können die Mitarbeiter einen Bürostuhl Ihrer Wahl bestellen, was aber noch nicht ausreichend kommuniziert wurde.

Neue Mitarbeiter bewerben sich klassisch und nicht anonymisiert.

Aufgrund der sehr männerlastigen Branche ist der Anteil an Frauen sehr niedrig. Im Moment ist eine Frau im Unternehmen beschäftigt.

Wir würden Menschen mit Behinderung im Unternehmen beschäftigen, doch hat sich bislang noch keiner beworben.

Einen Dresscode gibt es nicht da die Firma mehr auf die Individualität und vor allem auf Authentizität Wert legt.

C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT

Die Arbeitszeiten werden von jedem Mitarbeiter digital erfasst und bestimmten Kostenstellen und Projekten zugeordnet. Somit ist eine Auswertung jederzeit möglich. Diese Auswertung geht in die Nachkalkulation ein.

Flexible Arbeitszeitmodelle gibt es noch nicht.

Zeitarbeiter werden im Unternehmen nicht beschäftigt.

Die Einteilung der Arbeitszeit erfolgt eigenverantwortlich. Es gibt keine Kernzeiten so dass sich jeder seinen Tag selber einteilen kann. Die Geschäftsleitung hat hier absolutes Vertrauen und kontrolliert nicht. Eine Erreichbarkeit am Abend oder im Urlaub ist nicht erforderlich.

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

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

Im zweiwöchig stattfindenden Jour-Fixe treffen sich die Projektleiter und die Geschäftsführer. Hierbei werden technische Informationen ausgetauscht die über die Zeit gesammelt auf einer Tafel festgehalten wurden.

Viermal im Jahr gibt es eine Betriebsversammlung bei der alle Mitarbeiter teilnehmen. Hierbei werden betriebswirtschaftliche Zahlen präsentiert, fertiggestellte Projekte vorgestellt und Neuigkeiten besprochen.

Im zweiwöchig stattfindenden Geschäftsführer-Jour-Fixe werden Themen aus allen Bereichen diskutiert und im Konsens Entscheidungen getroffen.

Übergeordnete Entscheidungen wie z.B. Personalpolitik, Preisbildung, usw. werden allein von den Geschäftsführern getroffen. Die Zuordnung eines Projektes zu einem Projektleiter wird bislang ebenso von der Geschäftsführung getroffen.

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

C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

Aufgrund der ländlichen Lage und eines schlechten öffentlichen Verkehrsnetzes kommen die meisten Beschäftigten mit dem Auto zur Arbeit. Gemeinsame Fahrten werden auch nur selten organisiert, da die Arbeitszeiten und auch die Arbeitsorte (Baustellen) recht unterschiedlich sind. Der Einsatz eines Elektroautos als Baustellenfahrzeug kommt nach heutigem Stand auf Grund der geringen Reichweite nicht in Frage. Ebenso wurde ein E-Mobil als Firmenfahrzeug für zwei Geschäftsführer getestet. Doch auch hier ist die Reichweite zu gering und somit wurde dieser Plan verworfen.

Im Unternehmen gibt es vier Dienstwagen, die jeweils ein privates Fahrzeug ersetzt haben und ein Baustellenfahrzeug, das von zwei Projektleitern abwechselnd genutzt wird. Es wird bewusst darauf verzichtet prestigeträchtige und große Autos zu fahren. Auf Grund der örtlichen Nähe und der Bekanntschaft zu einer Kfz-Werkstatt sind alle Fahrzeuge von Renault. Eine bewusstes Ausschauen nach sehr verbrauchsarmen und schadstoffarmen Fahrzeugen wird noch nicht gemacht.

Das Problem der Dienstwagen, für welche die Betankung von der Firma bezahlt wird ist bekannt und sieht wie folgt aus: Da private Fahrten für den Angestellten nichts kosten, versucht er nicht diese zu vermeiden und z.B. auf die Bahn umzusteigen. Leider gibt es noch keine Lösung für dieses Phänomen.

3 Mitarbeiter kommen des öfteren mit dem Fahrrad.

Durch die aktive Auseinandersetzung mit den eingekauften Produkten werden alle im Team auf die ökologischen Gesichtspunkte sensibilisiert. Außerdem wird im Büroalltag darauf geachtet nicht zu viel Papier unnütz zu bedrucken. Darauf wird auch in jeder E-Mail-Signatur – auch außerhalb der Firma - hingewiesen. Weiterbildungen zum Thema Ökologie wurden noch nicht besucht.

Fürs Büro werden Getränke nur in Glasflaschen anstatt in Kunststoff-Flaschen gekauft. Außerdem wird darauf geachtet biologisch produzierten und fair gehandelten Kaffee einzukaufen. In der Mittagspause wird meist außer Haus gegessen. Dabei spielt eine vegetarische oder vegane Ernährung nahezu keine Rolle. Lediglich einer der Geschäftsführer ernährt sich fleisch- aber nicht fischlos.

C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

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

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

Das Mindesteinkommen liegt deutlich über den Lebenserhaltungskosten der Region.

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

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

C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

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

D1 ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG

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

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

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

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

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

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

Wir verzichten bewusst auf ein Facebook-Profil. Facebook tritt den Datenschutz mit Füßen und nutzt seine Machtposition aus – um nur 2 Argumente zu nennen.

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

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

Im Passivhauskreis – einem Verein zur Verbreitung des Passivhausstandards – tauschen wir unser Wissen mit anderen Firmen der Branche aus. In diesem Netzwerk werden gemeinsame Marketingmaßnahmen organisiert, bei denen die einzelnen Firmen nicht im Vordergrund stehen. Ebenso zur Verbreitung des Passivhausstandards, aber auf Bundesebene, setzt sich die Informationsgemeinschaft Passivhaus ein, in der wir seit 2007 Mitglied sind. Als Fördermitglied des Informationsverein Holz unterstützen wir die transparente Verbreitung von Fachwissen in der Holzbaukultur.

D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

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

Die tragenden Elemente der Häuser sind aus Holz. Als statisches Bauteil werden in der Branche meist Holzwerkstoffplatten, die hohe Leimanteile beinhalten, verbaut. Wir verwenden hier ausschließlich eine diagonale Massivholzschalung. Als Dämmstoff wird das Recyclingprodukt Zellulose (Zeitungspapier) und Holzfaser verwendet. Dampfbremsen und dazugehörige Klebebänder werden aus Papier mit ökologischen Bindemitteln erstellt. Fenster und Haustüren werden in Holz oder Holz-Aluminium angeboten. Den Einbau von Kunststofffenstern lehnen wir ab. Im Bereich der Bodenaufbauten kommt statt künstlichen Dämmstoffen wie EPS (Styropor), Stein- oder Mineralfaserdämmung zum Einsatz. Auf chemische Zusätze im Estrich, die zur schnelleren Trocknung und somit zu einer kürzeren Bauzeit führen würden, wird verzichtet. Beim Parkett- und Fliesenkleber wird auf besonders emissionsarme Produkte (möglichst EC 1 Plus zertifiziert) zurückgegriffen. Als Bedachung werden meist Tondachziegel anstatt Betonpfannen verbaut.

Durch eine qualitativ hochwertige Ausführung sind unsere Produkte sehr langlebig.

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

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

D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

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

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

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

D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

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

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

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

Bei vielen Menschen in unserem Kulturkreis und gerade im ländlichen Bereich ist der Wunsch nach einem eigenen Haus sehr groß. In dem man sein Haus mit ökologischen Baustoffen und sehr energieeffizient baut, übernimmt man hier eine Vorbild- und teilweise Vorreiter-Funktion. Der Nutzen für den einzelnen Menschen ist sehr hoch und deckt von den neun, weltweit feststellbaren Grundbedürfnissen etwa drei ab. Diese sind Lebensgrundlage, Schutz/Sicherheit und Freizeit/Entspannung.

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

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

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

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

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

2013 haben wir als Weihnachtsaktion Lose der Familienstiftung Protegoon im Wert von 1.000€ verschenkt. Im Jahr 2014 riefen wir zur Spende für syrische Flüchtlinge auf und verdoppelten die Kundenspenden von 2.500 auf 5.000€.

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

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

Der heilpädagogischen Tagesstätte am Irschenberg haben wir viele Einbauten und Kindermöbel gespendet. Hierbei legten wir mit der kompletten Belegschaft einen ganzen Arbeitstag ein um die Möbel zu fertigen und einzubauen. Auch das ganze Material wurde von der Firma übernommen.

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

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

-Bürogebäude gebaut als ökologisches Holzhaus im Passivhausstandard. Beheizt über Abfälle (Hobel- und Sägespäne) aus der benachbarten Zimmerei.

-Eigene Photovoltaik-Anlage mit einer Leistung von 90 kWp. Diese liefert Strom und wir decken damit etwa 60 % des gesamten Stromverbrauchs für die Zimmerei, die Abbundanlage und das Büro.

-Netzstromlieferant liefert 100% Ökostrom

-Verwendung von Recycling- oder zumindest FSC-zertifizierten Papieren, Umschlägen, Broschüren, Flyern, usw. und Nutzung der Rückseiten einseitig bedruckter Blätter als Notizpapier

-Verwendung von mineralölfreien Druckfarben bei der Herstellung der Broschüren und Flyer

-CO₂-neutraler Postversand (Go Green)

-Website-Betreiber nutzt für seine Server Ökostrom

-Stand-By-Schaltung aller Bildschirme

-Bildschirmhintergrund aller Bildschirme schwarz und somit weniger Stromverbrauch

-Bürobedarf wird bei einem Anbieter für nachhaltige und ökologische Büroartikel bezogen (www.memo.de)

E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG

Bis dato wurden die meisten Gewinne im Unternehmen belassen, um einen soliden Grundstock an Eigenkapital aufzubauen. 2014 und 2015 wurde ein Teil der Gewinne an die drei Inhaber ausgezahlt.

Externe, nicht mitarbeitende Eigentümer gibt es nicht und ist laut Geschäftssatzung in Zukunft ausgeschlossen.

E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

Mit diesem Gemeinwohl-Bericht wollen wir mehr Transparenz für alle erreichen.

AUSBLICK

Wir möchten alle 2 Jahre einen neuen Gemeinwohl-Bericht erstellen um den Anreiz zu haben uns immer weiter zu verbessern.

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Durch ein Unternehmerfrühstück im Februar 2015 in Bad Aibling, bei dem die Gemeinwohlökonomie erklärt wurde, sind wir auf dieses Thema aufmerksam geworden. Nach einem weiteren Treffen von Interessierten haben wir uns entschlossen eine Bilanz zu erstellen. Daraufhin haben alle im Betrieb das Buch von Christina Felber bekommen und die meisten auch gelesen. Auf einem Betriebsausflug zu Fraueninsel wurde bei einem Vortrag eines Gemeinwohl-Beraters das Thema weiter vertieft. Im Anschluss ist Lebensraum Holz der Regionalgruppe Mangfalltal beigetreten. Seit ca. einem Jahr treffen wir uns einmal im Monat.

Stundenaufwand Uli Zimmermann:

Treffen: ca. 35 Std.

Erstellung Bericht/Bilanz: ca. 50 Std.