

# GEMEINWOHL-BERICHT



abitare Tischlerei GmbH

2015

# UNTERNEHMEN

## ALLGEMEINE INFOS

Firmenname: abitare Tischlerei GmbH

Eigentums- und Rechtsform, Eigentumsanteile: GmbH; 1 Geschäftsführerin-Gesellschafterin besitzt 100 % der Anteile

Branche: Tischlerhandwerk

Anzahl der MitarbeiterInnen (gesamt, Vollzeitäquivalente sowie Saison- oder Zeitarbeiter): 4 x Vollzeit + 3 x Azubis

Umsatz: 300.000,00 €

Gewinn: (freiwillig) 5.000,00 €

Tochtergesellschaften/ verbundene Unternehmen: Wer gehört zur Organisation? In welchen Ländern sitzen diese Tochtergesellschaften? Welchen Eigentumsanteil hat die Muttergesellschaft daran? - keine -

Sitz + Homepage: 10999 Berlin-Kreuzberg (seit 1.4.2014: 10829 Berlin-Schöneberg); [www.abitare-tischlerei.de](http://www.abitare-tischlerei.de)

Berichtszeitraum: 2013 (Zahlen) / 2014 (Inhalte)

## TÄTIGKEITSBEREICH

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Möbelbau	20 %
Innenausbau	65 %
Bautischlerei	3 %
Baureparaturen	10 %
Maschinen-/Werkstattnutzung	2 %

Unser Betrieb wurde 1981 als Kollektiv gegründet und erwarb eine vorhandene Tischlereieinrichtung samt eines existierenden Namens. Die vier Gründer\_innen wollten ökologisch fertigen und dabei in paritätischer Zusammensetzung gleichberechtigt zusammenarbeiten. Dieser Maxime blieb der Betrieb treu, auch über den Wechsel der Eigentumsverhältnisse im Jahr 2001 hinaus. Zwei Umzüge später, fertigen wir, auf nunmehr 700 qm am Schöneberger Südkreuz, hochwertige Möbel und Inneneinrichtungen für anspruchsvolle Kund\_inn\_en, privat und gewerblich. Dabei haben bestmögliche Umwelt- und Sozialverträglichkeit unserer Produkte einen

ebensogroßen Stellenwert wie deren hohe Qualität und Langlebigkeit. Daneben tritt als dritte Säule unserer Firmenphilosophie Fairness und Respekt in den Beziehungen zu Kund\_inn\_en, Mitarbeiter\_inn\_en und Lieferant\_inn\_en.

## **DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL**

Unser Ziel ist, gute und nachhaltige Produkte herzustellen.

Bereits zum Beginn der Firmengeschichte haben wir uns selbst verpflichtet, dies unter/mit gesundheits-, sozial-, umwelt- und ethikverträglichen Bedingungen/Mitteln und auf nachhaltige Weise zu tun.

Die alleinige Ausrichtung auf maximalen Profit halten wir für falsch; die Kriterien der GWÖ sind richtig. Unser Handeln ist schon immer (34 Jahre!) von deren Geist bestimmt, wenngleich wir hier und da Kompromisse schließen, um das wirtschaftliche Überleben des Betriebes zu sichern.

Folgende Beispiele aus unserer betrieblichen Praxis mögen unsere Philosophie illustrieren:

Vor einigen Jahren ließen wir die Stromkreise unserer Beleuchtung auf eine zweistufige Funktion umrüsten, sodaß die einzelnen Räume getrennt voneinander geschaltet und in unterschiedlicher Helligkeit ausgeleuchtet werden können. Dadurch konnten wir den Stromverbrauch von ca. 21-22 Tsd kWh pro Jahr auf jährlich etwa 10-12 Tsd kWh senken.

Außerhalb der Arbeitszeiten wird der Strom über einen Hauptschalter abgeschaltet, sodaß weder Standby-Funktionen noch „vergessene“ Stromverbraucher sinnlos Strom verbrauchen.

Seit 2002 arbeiten wir mit Strom aus zu 100 % erneuerbaren Energiequellen (anfangs von unite, dann von greenpeace Energy).

Für die von verarbeiteten Materialien betreiben wir eine sorgfältige Einkaufsplanung, einschließlich Zuschnittoptimierung und Resteverwertung. Unser Materiallager wird übersichtlich geführt, sodaß alles, was da ist, von den Mitarbeiter\_inne\_n gefunden und somit auch verwendet werden kann.

Wir pflegen die Mülltrennung: neben Papier, Altglas und Umverpackungen führen wir auch unseren Sondermüll (z. B. Lackreste, zugesetzte Filtermatten und Aktivkohlefilter) dem Recycling bzw, wo dies nicht möglich ist, einer geregelten Entsorgung zu.

Unsere Hobelspäne dienen einem Kollegen, und unsere Massivholzreste einem Mitarbeiter als Heizmaterial.

Wir beziehen unser Büromaterial zu 90 % beim ökologischen Versandhaus „memo“, verwenden selbstverständlich Recycling- oder zumindest FSC-zertifizierte Papiere und nutzen die Rückseiten einseitig beschriebener Blätter als Notizpapier nach.

Ansprechperson für die GWÖ + Kontaktdaten

Orsine Mieland

Wilhelm-Kabus-Str. 74

10829 Berlin-Schöneberg

T 030 614 87 22

F 030 614 87 14

[E\\_post@abitare-tischlerei.de](mailto:E_post@abitare-tischlerei.de)

Immer schon werben wir im Kolleg\_inn\_ekreis für die Kriterien der Gemeinwohlökonomie und engagieren uns in unterschiedlichen Arbeits-/Gesprächskreisen, ohne jedoch bisher in einem Energiefeld der GWÖ organisiert zu sein. Die diesjährige Peer-Evaluierung kann ein erster Schritt in Richtung bewußterer Vernetzung mit GWÖ-Unternehmen sein.

# TESTAT : PEER EVALUIERUNG

**GEMEINWOHL-**  
BILANZ 2014

für abitare Tischlerei GmbH  
Begleitet von Johanna Paul, Lucie Lewandowski

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) Lieferantinnen	A1: Ethisches Beschäftigungsmanagement				
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung <input type="text" value="40 %"/>	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit <input type="text" value="30 %"/>	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen <input type="text" value="30 %"/>	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens <input type="text" value="70 %"/>	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz <input type="text" value="20 %"/>
D) KundInnen / Dienstleistungen / Mitunternehmern	D1: Ethische Kundenbeziehung <input type="text" value="50 %"/>	D2: Solidarität mit Mitunternehmern <input type="text" value="40 %"/>	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen <input type="text" value="40 %"/>	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen <input type="text" value="20 %"/>	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards <input type="text" value="20 %"/>
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souverän, zukünftige Generationen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL <input type="text" value="60 %"/>	E2: Beitrag zum Gemeinwesen <input type="text" value="60 %"/>	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen <input type="text" value="20 %"/>	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung <input type="text" value="80 %"/>	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung <input type="text" value="00 %"/>
<b>Negativ-Kriterien</b>	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte <input type="text" value="0"/> Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretrinnen, Atomstrom, GMO <input type="text" value="0"/> Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen <input type="text" value="30"/>	Feindliche Übernahme <input type="text" value="0"/> Sperrpatente <input type="text" value="0"/> Dumpingpreise <input type="text" value="0"/>	Illegitime Umweltbelastungen <input type="text" value="0"/> Verstöße gegen Umweltauflagen <input type="text" value="0"/> Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) <input type="text" value="0"/>	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens <input type="text" value="0"/> Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn <input type="text" value="0"/> Umgehung der Steuerpflicht <input type="text" value="0"/> Unangemessene Verzinsung für nicht Mitarbeitenden <input type="text" value="0"/>	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter <input type="text" value="0"/> Verhinderung eines Betriebsrats <input type="text" value="0"/> Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister <input type="text" value="0"/> Exzessive Einkommensspreizung <input type="text" value="0"/>

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](http://www.gemeinwohl-oekonomie.org)

Testat gültig bis 31.05.2017

**BILANZSUMME 367**

Auflistung aller zugelieferten Produkte/ Dienstleistungen in % vom Aufwand im Berichtszeitraum:

<b>Ausgabenposten + % der Ausgaben</b>	<b>Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale) Bewertung</b>
Miete (10 %)	Etage in Gewerbehof; 300 qm + 60 qm Keller; gedämmt, Isofenster, Fernwärme; langfristiger Mietvertrag
Energie/ Strom (0,8 %)	100% Ökostrom von Greenpeace Energy eG; Maschinen laufen nicht ohne Grund; Abgestufte Beleuchtungsschaltkreise, die je nach Bedarf teilweise oder komplett eingeschaltet werden;
Computer / Software (1 %)	Erwerb über Berliner Händler; Auswahl nach Brauchbarkeit + Kompatibilität (intern+extern); langfristige Nutzung
Bürotechnik (0,4 %)	Erwerb über Berliner Händler; Auswahl nach Brauchbarkeit, Preis + Betriebskosten; langfristige Nutzung; bedrucktes Papier wird als Schmierpapier nachgenutzt
Büromaterialien, Geschäftspapiere (0,2 %)	Druckerei unseres Vertrauens (Trigger Medien in Kreuzberg); Büromaterialien hauptsächlich von memo, teilweise auch von Schroeder's Data Shop in Berlin)
Mobiliar / Werkstattausstattung (2 %)	Vorhandenes wird, wenn geeignet, gepflegt und weiter genutzt; Neuanfertigungen sind Azubi- oder Neumitarbeiterprojekte
Maschinen (6 %)	Erwerb über Berliner Händler + gerne aus heimischer Produktion; Auswahl nach Brauchbarkeit, Preis + Betriebskosten (Strom, Wartung), Lärmemission; langfristige Nutzung
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe (30 %)	Gute Qualität => nachhaltige Produkte Erwerb über Berliner Händler (Arbeitsplätze, Transportwege)
Fremdleistungen (3 %)	Qualifikation, Zuverlässigkeit, Kompatibilität
Fahrzeuge+Fahrten (2%)	Verbrauchsarme Fahrzeuge, langfristige Nutzung (BMW f GF, Diesel, 12 Jahre alt; Renault Kangoo, per Finanzierung erworben, Benziner, 3 Jahre alt); effiziente Wege; ÖPNV, wenn möglich; Mietfahrzeuge
Personal (44,6%)	ortsansässig; langfristige Zusammenarbeit;

Der Materialeinsatz ist in unserer Branche hoch (ca. 30 % des Umsatzes). Insofern ist der Bereich der Beschaffung von großer Bedeutung. Innerhalb der Beschaffung sind Hölzer und Plattenwerkstoffe sowie Beschläge die größten Gruppen.

Unsere Hölzer beziehen wir bei Berliner bzw. regionalen Lieferanten, die es ihrerseits aus unterschiedlichsten Quellen einkaufen; nicht immer kennen wir "....." Der Anteil regionaler Herkünfte mag etwa 20 % betragen, der europäischer Herkünfte etwa 50 %; der Rest stammt aus nordamerikanischen Quellen. In der Regel erhalten wir, trotz regelmäßiger Anfragen, von unseren Lieferanten keine gesicherten Auskünfte über die Art des Holzeinschlags oder etwaige Behandlung mit Fungiziden. Tropenhölzer verarbeiten wir nicht; ebenso vermeiden wir Holz aus sibirischen Kahlschlägen.

Für die Plattenwerkstoffe haben wir einen langjährigen Hauptlieferanten (Fa. Erwin Krüger), eine einzig in Berlin ansässige Firma, die mit persönlichen Ansprechpartnern und sehr schlanker Verwaltung erstklassige Qualität und Zuverlässigkeit bietet und dabei lokale Arbeitsplätze und Steuereinnahmen sichert.

Ein weiterer Berliner Händler, mit drei Standorten in Berlin (Fa. Holz Possling), hat auch regionales Massivholz und Baumarktartikel im Sortiment, was mitunter eine günstige Einkaufskombination ist und ebenfalls hiesige Arbeitsplätze und Steuern sichert.

Darüberhinaus arbeiten wir mit zwei weiteren Händlern zusammen, die bundesweit aufgestellt sind und in Berlin bzw. im Berliner Umland Niederlassungen betreiben. Wir bevorzugen den einen (Fa. ZEG), weil es sich um eine von Handwerkern gegründete Genossenschaft handelt. Aufgrund von Sortimentsspezialitäten arbeiten wir aber auch mit dem zweiten (Fa. Carl Götz) immer wieder zusammen.

Insgesamt zählt die langfristige Geschäftsbeziehung.

Auf dem Sektor der Beschläge haben wir zwei hauptsächliche Lieferanten: der eine (Fa. Häfele) ist ein international aufgestellter Konzern, ein sogenannter „Vollsortimenter“, der nach ISO 9001:2008 und, darauf aufbauend, nach DQS-Trust Improvement Program-Verfahren (DQS-TIP) zertifiziert ist. Wir erleben ihn als außerordentlich gut und zuverlässig organisierten Partner, der uns weit überdurchschnittlich gute Produkte liefert und mit dem nahezu keine Fehler passieren.

Der zweite Lieferant (Fa. Krebs, Tischlereibedarf) ist ein lokaler Beschlägehändler mit über 100-jähriger Tradition, den wir bewußt mit einem Teil unseres Umsatzes „versorgen“, weil er uns Vor-Ort-Serviceleistungen anbietet, flexibel verfügbar ist und lokale Arbeitsplätze sowie hiesige Steuereinnahmen sichert.

Darüberhinaus arbeiten wir seit über 25 Jahren mit einer Berliner Glaserei (Glaserei Bernd Müller) und seit etwa 20 Jahren mit einem Berliner Schlosser (Fa. Echtraum Möbelschlosserei) zusammen. Die gewachsene Vertrauensbasis ermöglicht gleichermaßen Qualität und Flexibilität.

Schrauben und ökologische Oberflächenbeschichtungen kaufen wir direkt bei Berliner Händlern (Fa. Schrauben Scholz und Fa. Biofarben).

Die herkömmlichen Oberflächenbeschichtungen, als da wären zweikomponentige Spritzlacke und acryl- oder alkydharzgebundene Pinsellacke, beziehen wir bei der Berliner Niederlassung eines bundesweit aufgestellten Lieferanten für Maler- und

Tischlerlacke (Fa. Prosol), die unkomplizierten und beinahe lichtschnellen Service sowie erstklassige Vorortbetreuung bieten.

Unsere Geschäftspapiere lassen wir bei einer Berliner Druckerei (Fa. trigger medien) layouten und drucken.

Auch hier werden lokale Arbeitsplätze und Steuereinnahmen gesichert.

### **A1.2 Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekauften P/D und Prozesse zur Sicherstellung (Relevanz: mittel)**

Durch unsere Standortwahl sind wir für unsere Lieferanten leicht erreichbar (innerstädtisch, mit unmittelbarem Autobahnanschluß).

Auch für unsere Kund\_inn\_en und Mitarbeiter\_innen sind wir gut erreichbar (innerhalb des Berliner S-Bahn-Rings, S-Bahnhof nebenan; zwei Buslinien).

Wir beobachten die Aktivitäten unserer Lieferanten, sowohl was offizielle Verlautbarungen angeht, als auch was sich „zwischen den Zeilen“ zeigt. So versuchen wir sicher zu stellen, daß wir unser Geld bei Firmen lassen, die lokal bzw. regional verankert sind und sich erfolgreich um respektvollen Umgang mit Mensch, Gesellschaft und Natur bemühen.

Für durchschnittlich etwa 70 % unseres Materialeinkaufs gelingt uns das.

Im Hinblick auf unsere international und global agierenden Lieferanten können wir die Einhaltung von Standards, die wir hierzulande als ethisch einstufen würden, nicht mit letzter Sicherheit gewährleisten (vgl. Berichte über Geschäftspraktiken von Konzernen wie apple u. a.).

### **A1.3 Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung (Relevanz: niedrig)**

Wir bevorzugen zuverlässige Lieferantenbeziehungen mit guter oder sehr guter Produktqualität. Dafür zahlen wir gerne, d. h. bei etwa 70 % des Beschaffungsvolumens, auskömmliche Preise, die oft auch über denen von Mitbewerbern liegen.

Die Spielräume dafür schaffen wir durch ein Bündel an Maßnahmen:

- ausführliche und offene Kundenberatung
- erhöhter Aufwand für Verschnittoptimierung
- Weiterverwendung der Reste
- Gute Lagerführung
- Stressarme Arbeitsbedingungen

Unsere Kriterien bei der (Material-)Beschaffung sind:

- Qualität des Produkts



- Eignung für den jeweiligen Zweck
- Preiswürdigkeit
- Zuverlässigkeit der Vereinbarungen !!
- Transportwege / Erreichbarkeit d Lieferanten
- Vertrauensbasis durch langfristige Geschäftsbeziehungen !!

## **B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT**

### **B1.1 Institutionalisierung (Relevanz: mittel)**

Das Beschaffungswesen ist in unserem Betrieb hauptsächlich (Fertigungsmaterialien) bei der Geschäftsführerin angesiedelt, und damit auch das Bewußtsein und die Verantwortung für ein ethisches Finanzmanagement.

Für den Einkauf von Bürobedarf, Geschäftsausstattungen und Hygieneartikeln sowie von gängigen Verbrauchsmaterialien (Klebebänder, Abdeckfolien, Schleifpapiere u. ä.)

ist seit vielen Jahren ein bestimmter Mitarbeiter zuständig, der durch regelmäßige Gespräche mit den Kriterien der Geschäftsführerin vertraut ist und diese nach eigener Einschätzung zur Anwendung bringt.

Bei Gleichwertigkeit eines Produkts bevorzugen wir in der Regel die ethisch höherwertige Variante.

Unser Firmenkonto ist seit Firmengründung und bis April 2014 bei der Berliner Sparkasse angesiedelt. Diese wurde in den Anfängen des Betriebes als lokal agierend und im Sinne kleiner Firmen handelnd eingeschätzt (im Unterschied beispielsweise zur Deutschen Bank)

Ab April 2014 erfolgte der Wechsel zur Volksbank. Dabei war uns deren genossenschaftliche Verfassung wichtig, nebst den realen Kontoführungskonditionen und einer guten Erreichbarkeit und Zugänglichkeit der Filialen in Berlin.

### **B1.2 Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters (Relevanz: niedrig)**

Sofern Mitarbeiter\_innen Teile ihres Lohns in Vorsorgeleistungen (Direktversicherungen, betriebliche Altersvorsorge) umwandeln wollen, bestimmen sie selbst und eigenverantwortlich den entsprechenden Finanzdienstleister.

### **B1.3 Gemeinwohlorientierte Veranlagung (Relevanz: hoch)**

Da eventuelle Überschüsse aus unserer Geschäftstätigkeit reinvestiert werden oder in Form von Lohnerhöhungen an die Mitarbeiter\_innen weitergegeben werden, gibt es keine zu veranlagenden Gelder.

Im Privaten suche ich, sofern es wirklich einmal etwas anzulegen gibt, nach ethisch hochwertigen Produkten - und finde diese i. d. R. auch (z. B. bei der Umweltbank).

### **B1.4 Gemeinwohlorientierte Finanzierung (Relevanz: niedrig)**

Eigenkapital	60 %-Anteil Gesamtkapital (Finanzierung über Berührungsgruppen)
Fremdkapital (Dispo)	12 % Anteil Gesamtkapital
Fremdkapital (Anzahlungen)	7 % Anteil Gesamtkapital
Fremdkapital (Zahlungsziel Lieferanten)	5 % Anteil Gesamtkapital
Fremdkapital (Umsatzsteuer)	5 % Anteil Gesamtkapital

Fremdkapital (Rückstellungen)	2 % Anteil Gesamtkapital
----------------------------------	--------------------------

Mit der Verlegung des Firmenkontos zur Berliner Volksbank wird der Dispositionscredit – absichtlich, weil ungerechtfertigt und unverschämt teuer – abgeschafft.

Überbrückungsfinanzierungen werden über Darlehen von Berührungsgruppen oder über Verhandlungen mit den Lieferanten über Zahlungsziele organisiert.

Für Darlehen von unseren Berührungsgruppen zahlen wir zwischen 0 – 4 % Zinsen. Mitunter erhalten die Darlehensgeber\_innen als Sicherheit Rechte an einer Lebensversicherungspolice der Geschäftsführerin.

Im Zuge unsere Werkstattumzugs wurden einige der Investitionen über Mietkauf finanziert. Der entsprechende Finanzdienstleister kommt in einem Fall über unsere neue Hausbank, und in einem anderen Fall über den Maschinenlieferanten. In beiden Fällen haben wir die Finanzierung nur auf Leistbarkeit für uns, kaum jedoch im Hinblick auf die ethische Verfaßtheit des Anbieters hin überprüft.

## **C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG**

Wir legen großen Wert auf eine gemischte Zusammensetzung des Teams und auf die Verankerung des Bewußtseins aller dafür, daß jede\_r an ihrem/seinem Platz unverzichtbar ist.

Die Woche beginnt bei uns montags, nach einer Gleitstunde, um 9 Uhr mit einer Arbeitsbesprechung für alle anwesenden Gesell\_inn\_en und Meister\_innen, einschließlich der/des Azubi im 3. Lehrjahr.

Dabei besprechen wir, wie der Stand der Auftragsbearbeitung ist, was für die Woche so ansteht und wie wir das am besten erreichen können. Im Rahmen der Besprechung werden auch allgemeine Informationen mitgeteilt (z. B. Urlaube und sonstige Abwesenheiten, Eintreffen von größeren Materiallieferungen, Maschinennutzungen durch Externe usw.) und spezielle Dinge angesprochen (z. B. Hinweise zur Nutzung bestimmter Sägeblätter, Regelungen zum Verschließen von Türen und Fenstern o. ä.). Hier ist auch der Ort für Anregungen und Beschwerden.

Wenn es die Auftragslage erlaubt, schließt sich an die Arbeitsbesprechung eine ca. halbstündige Besprechung oder Unterweisung zu einer bestimmten Maschine, einem bestimmten Arbeitsablauf oder einer sonstigen Regelung an.

Um 10 Uhr steht die halbstündige Frühstückspause an, und um 14 Uhr die halbstündige Mittagspause. Zur Pause setzen sich alle gemeinsam an einen gedeckten Tisch, für dessen Bestückung – ganz traditionell – die Azubis zuständig sind. Die Einzahlungen in die Frühstückskasse richten sich nach der Anzahl der Mahlzeiten.

## **Allgemeines**

Zusammensetzung des Teams:

4 Gesell\_inn\_en = 3m + 1w, Alter 51/47/38/30, Betriebszugehörigkeit 10/2/1/1 Jahre

3 Azubis = 2w + 1m, Alter 28/20/32 Jahre

die krankheitsbedingten Fehlzeiten sind etwas geringer als der Durchschnitt im Branchenvergleich für unsere Betriebsgröße (Klasse II = 5-9,9 Mitarbeiter\_innen).

Hierarchieebenen:

1 Chefin für

Akquise/Entwurf/Planung/Personalführung/Strategie/Materialbestellung

= Frauenanteil 100 %

1,5 Führungskräfte:

0,75m für FiBu/LoBu/Verwaltung/Sekretariat/FacilityManagement/  
Geschäftsfeld Baureparaturen

0,75m für AV/Technik/Betreuung Maschinen-/Werkstattnutzung/  
Qualitätssicherung

= Frauenanteil 0 %

2,5 Gesell\_inn\_en für Ausführung  
1w + 1,5m  
= Frauenanteil 40 %  
3 Azubis mit regelmäßigen Aufgaben  
1w + 2m  
= Frauenanteil 60 %  
= Frauenanteil insgesamt 37,5 %

### **C1.1 Mitarbeiter Orientierte Organisationskultur und -strukturen<sup>1</sup>(Relevanz: mittel)**

Neue Mitarbeiter\_innen erhalten die Grundeinführung durch die Chefin; verwaltungs-/verfahrenstechnische Grundlagen werden durch die zuständigen Führungskräfte vermittelt; konkrete Handhabungen + Gepflogenheiten geben die eingearbeitete(re)n Gesell\_inn\_en kontinuierlich an die Neue(re)n weiter.

Alle Mitarbeiter\_innen werden in Entscheidungen über

- Arbeitsabläufe
- Verfahrenstechnik
- wer arbeitet mit wem
- wer wird eingestellt

einbezogen bzw. entscheiden über ihren montäglichen Arbeitsbeginn (Gleitzeit von 8-9 Uhr) eigenständig.

Urlaubszeiten klären die Mitarbeiter\_innen vorab untereinander, bevor sie sie bei der Geschäftsleitung beantragen; ähnliches gilt für kurzfristige Abwesenheiten. Sofern keine ganz gravierenden Gründe dagegen sprechen, wird den Urlaubsanträgen immer statt gegeben.

Die Beziehung zwischen den Mitarbeiter\_inne\_n und ihren jeweiligen Vorgesetzten sind in der Regel hierarchisch organisiert (Chefin > Führungsmitarbeiter > Gesell\_inn\_en > Azubis), gemischt mit kooperativen Aspekten. Der "Hut" kann jedoch von Fall zu Fall wechseln, je nach Aufgabenstellung, Thema oder Konstellation.

Angebote zur gezielten beruflichen Weiterbildung einerseits und zur allgemeinen beruflichen Weiterentwicklung andererseits werden nach Bedarf – der sowohl von den Mitarbeiter\_inne\_n angemeldet als auch von der Geschäftsleitung erkannt und festgelegt werden kann – gemacht bzw. gefunden. Die Konditionen werden von Fall zu Fall besprochen und ausgehandelt.

Es werden regelmäßig zwei bis drei Lehrlinge zu Tischlergesell\_inn\_en ausgebildet. Die Ausbildung ist inhaltlich hochwertig, unabhängig von jeglicher Vorbildung immer auf die

vollen drei Jahre angelegt und wird von Fall zu Fall mit individueller Förderung/Unterstützung ergänzt.

Mit beiden Führungsmitarbeitern sitzt die Chefin wöchentlich mindestens 1-2 Stunden zusammen, um die anstehenden Aufgaben und Entwicklungen zu besprechen. In diesem Rahmen ist immer auch Platz für gegenseitige Anregungen und Feedback.

Darüberhinaus steht allen Mitarbeiter\_inne\_n jederzeit der "kurze Dienstweg" offen, d. h. es lassen sich jederzeit individuelle, kurzfristige Gesprächsmöglichkeiten einrichten.

Regelmäßige jährliche Mitarbeitergespräche sind bisher nicht üblich. Das soll sich jedoch ab diesem Jahr ändern, sodaß individueller Raum für konkrete persönlich maßgeschneiderte Zielsetzungen und Entwicklungen geschaffen wird.

Unser Betrieb ist, auch aufgrund der übersichtlichen Mitarbeiterzahl, durch flache Hierarchien geprägt; in den montäglichen Arbeitsbesprechungen hat jede\_r Mitarbeiter\_in die Möglichkeit, eigene Impulse und Anregungen einzubringen und mit den Anwesenden zu diskutieren.

Die Führungs-Mitarbeiter haben zudem während der wöchentlichen Zweier-Besprechung mit der Chefin Dinge anzusprechen, die sie bewegen. Dies gilt umgekehrt ebenfalls.

In Einzelfällen gibt es gezielte Mitarbeiterbefragungen, z. B. wenn es um Beginn und Ende der weihnachtlichen Betriebsferien oder um nötige Überstunden geht. Die Befragungen werden in der Regel von der Chefin durchgeführt, hin und wieder aber auch durch den für Verwaltungssachen zuständigen Mitarbeiter. Für sehr wichtige Entscheidungen wird zumeist ein Konsens angestrebt, oft läuft es aber auch auf eine Mehrheitsentscheidung hinaus oder die Chefin entscheidet, indem sie die Äußerungen der Mitarbeiter\_inne\_n bestmöglich zu deuten versucht.

Wenn Probleme auftreten, bevorzugen wir die direkte Ansprache der/des Verursacher\_in/s, in der Regel unter vier Augen.

Bisher ergab sich die Notwendigkeit eines Coachings oder einer Supervision glücklicherweise noch nicht, daher gibt es dafür keine Regelung.

Mit der Strategie, viele offene Gesprächskanäle zu öffnen und offen zu erhalten, gelingt es uns recht gut, Situationen nicht eskalieren zu lassen. Gegenseitiger Respekt und eine intakte Vertrauensbasis helfen dabei sehr.

Die Basis der internen Kommunikationsstruktur bilden zum Einen die wöchentlichen Besprechungen der Chefin mit den beiden Führungsmitarbeitern (donnerstags) und zum anderen die ebenfalls wöchentlichen Arbeitsbesprechungen (montags) mit allen Mitarbeiter\_inne\_n (außer Azubis 1. + 2. Lehrjahr). In ihnen werden die betrieblichen Abläufe besprochen und organisiert.

Organisatorisches von geringerer Bedeutung kann während der gemeinsamen Pausen angesprochen werden, wobei hier die Regel gilt, daß NICHT über Arbeit bzw. über Aufträge gesprochen wird.

In Sonderfällen werden spontan Kurzversammlungen „einberufen“.

### **C1.2 Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik (Relevanz: mittel)**

Ein Entgeltschema gibt es bei uns nicht. Die Geschäftsleitung ist bemüht, die Löhne in ein ausgewogenes Verhältnis zueinander zu bringen. Dabei spielen Faktoren wie Berufserfahrung und Dauer der Betriebszugehörigkeit ebenso eine Rolle wie die Intensität des persönlichen Engagements und die konkrete Arbeitsleistung. Bei der Einstellung werden die jeweiligen Mitarbeiter\_innen gefragt, wieviel sie verdienen möchten. So können gegebenenfalls entsprechende Stufenpläne verabredet werden.

Die persönlichen Entwicklungsmöglichkeiten und –bedürfnisse der Mitarbeiter\_innen sind wichtig. Wer klar zu erkennen gibt, daß Interesse an Entwicklung besteht, bekommt auf vielerlei Weise Unterstützung, zumeist über „maßgeschneiderte“ Herausforderungen, bei deren Bewältigung sie individuell durch die Chefin oder eine\_n entsprechend erfahrene\_n KollegIn/en begleitet wird.

Die Personalsituation wird recht offen besprochen, unter Wahrung der Privatsphäre von Betriebsangehörigen und Bewerber\_inne\_n.

Wenn aus wirtschaftlichen Gründen die Verkleinerung des Teams unumgänglich sein sollte, überlegt die Chefin, zusammen mit den beiden Führungsmitarbeitern, welche\_r Mitarbeiter\_in am ehesten für eine Entlassung infrage käme, ohne daß die Handlungsfähigkeit des Betriebes allzusehr beeinträchtigt wird. Dann führt sie Gespräche mit den betreffenden Mitarbeiter\_inne\_n, um eine möglichst für beide Seiten verträgliche Lösung zu finden. Oft fügen sich solche Entwicklungen gut in eine sich ohnehin verändernde Lebensplanung der/des Mitarbeiterin/s.

Der Betrieb stellt regelmäßig eine\_n Azubi frei, um den Einkauf für die gemeinsamen Pausen zu machen.

Alle Betriebsangehörigen dürfen, außerhalb der Arbeitszeiten, die Firmenautos und die Werkstatt für private Zwecke nutzen. Dies gilt allerdings nur, solange es sich nicht um Auftragsarbeiten aus dem privaten Umfeld handelt. In solchen Fällen gelten die gleichen Konditionen wie für alle sonstigen Werkstattnutzer\_innen auch.

### **C1.3 Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/ flexible Arbeitszeiten (Relevanz: mittel)**

Die Arbeitszeiten sind verhältnismäßig fest und für alle einheitlich geregelt, da viele der Tätigkeiten in einer Tischlerei mehrere Personen erfordern

der Kommunikationsfluß besser ist, wenn die Überschneidungen groß sind

Die Frage, die 40-Stunden-Woche auf 4x 8,5 Stunden (Mo-Do 8-17.30 Uhr) und 1x 6 Stunden (Fr 8-14.30 Uhr) zu verteilen, wird von Zeit zu Zeit neu zur Entscheidung gestellt.

Montag früh haben alle (außer den Azubis) die Möglichkeit einer Gleitstunde. spätestens um 9 Uhr müssen alle zur Arbeitsbesprechung da sein; vorher kann jede\_r Mitarbeiter\_in selbst entscheiden, ob er/sie Liegendebliebenes aufarbeiten oder einfach mal ausschlafen will.

Der Führungsmitarbeiter, der für Sekretariat, Buchhaltung und Verwaltung zuständig ist, hat eine 35-Stunden-Woche und teilt sich seine Arbeitszeiten eigenverantwortlich selber ein.

Momentan suchen wir eine\_n neue\_n Mitarbeiter\_in, der/die den Bereich der Arbeitsvorbereitung übernimmt. Dabei zeichnet sich die Möglichkeit ab, auch diesen Aufgabenbereich mit der Möglichkeit flexibler und sogar reduzierter Arbeitszeiten auszustatten.

Die Arbeitsplätze in unserem Betrieb sind mit großer Aufmerksamkeit eingerichtet worden; nicht zuletzt der Umzug in 2014 hat nochmal Verbesserungen ermöglicht.

Die Betreuung durch die für uns zuständige Berufsgenossenschaft ist erfreulich gut und pragmatisch. Außerdem erfüllen wir unsere Pflicht als Arbeitgeber, nämlich die Arbeitssicherheit bestmöglich zu garantieren – was im gefahrgeneigten Metier des Tischlerhandwerks nicht immer einfach ist. Doch auch hier hilft regelmäßige und vertrauensvolle Kommunikation dabei, die Mitarbeiter\_innen zu Aufmerksamkeit und Eigeninitiative zu ermuntern.

Unsere Räumlichkeiten und die Arbeitsplätze sind für alle, die für eine Mitarbeit infragekommen, barrierefrei zugänglich.

Über den Pausenraum hinaus gibt es zwar keine separaten Entspannungsräume, jedoch gibt es viel Grün und freien Himmel rund ums Haus, um „mal Luft zu schnappen“.

Die Zahl der Arbeitsunfälle ist in unserem Betrieb erfreulicherweise sehr gering; und wenn doch mal etwas passiert, so sind es zum Glück nur selten „ernstere“ Verletzungen, die bisher aber noch nie zu Berufsunfähigkeit, Invalidität oder gar Tod geführt hätten – dem Himmel sei Dank!

Mit Langzeitkrankenständen haben wir keine Erfahrungen.



## C1.4 Gleichstellung und Diversität (Relevanz: mittel)

Diversität ist ein großes Thema für uns, das schon allein aus der Tatsache resultiert, daß der Betrieb einer Frau gehört. Wir streben ein möglichst paritätisches Geschlechterverhältnis an und erreichen stets mindestens ein 1/3 – 2/3 – Verhältnis.

Weiterhin ist es für uns in unserer ehemals geteilten Stadt wichtig, daß sowohl DDR- als auch BRD-sozialisierte Menschen im Team sind.

Eine möglichst weite Altersspreizung ist ebenso erwünscht wie unterschiedliche sexuelle Orientierungen oder schulbildungs- und familiäre Hintergründe. Um immer wieder junge Menschen und deren frischen Blick im Unternehmen zu haben, bilden wir regelmäßig drei Lehrlinge aus (von denen wir hin und wieder eine\_n nach Abschluß der Gesellenprüfung übernehmen können).

Bei Stellenneubesetzungen ist selbstverständlich auch die Diversität ein Kriterium.

Wir beteiligen uns regelmäßig am Girls' Day, der Schülerinnen dabei unterstützen soll, frauenuntypische Berufe kennenzulernen. Vor einigen Jahren war zu dieem Anlaß die damalige Bundesfamilienministerin bei uns zu Besuch – samt einem üppigen Pressetross...

Darüberhinaus stellt sich die Chefin immer wieder als ehrenamtliche Mentorin für Existenzgründerinnen oder weibliche Auszubildende zur Verfügung und unterstützt die Arbeit des Gründerinnen- und Unternehmerinnenzentrums „Weiberwirtschaft eG“ (Europas größte Frauen-Genossenschaft) als – ebenfalls ehrenamtliche – Aufsichtsratsvorsitzende.

Zusammensetzung des Teams:

4 Gesell\_inn\_en = 3m + 1w, Alter 51/47/38/30, Betriebszugehörigkeit 10/2/1/1  
Jahre  
= Frauenanteil 25 %

3 Azubis = 2w + 1m, Alter 28/20/32 Jahre  
= Frauenanteil 66 %

Hierarchieebenen:

1 Chefin, 51 Jahre, Betriebszugehörigkeit 21 Jahre  
= Frauenanteil 100 %

1,5 Führungskräfte:

2x 0,75m, Alter 49/47, Betriebszugehörigkeit 10/2 Jahre

= Frauenanteil 0 %

= Frauenanteil insgesamt 40 %

Für Menschen mit körperlichen oder geistigen Einschränkungen gibt es wenig Möglichkeiten der Beschäftigung in einer Tischlerei.

Daher zahlen wir in die entsprechend Umlagekasse der gesetzlichen Krankenkassen ein.

Das Thema ist auf informeller Ebene immer wieder Gegenstand bei unseren Pausengesprächen.

## **C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT**

Die Mitarbeiter\_innen schreiben täglich die Stunden auf, einschließlich Zuordnung zu konkreten Projekten oder Tätigkeiten. Diese Eintragungen werden mittels einer Branchensoftware erfaßt und bilden die Grundlage der Lohnabrechnungen, der betrieblichen und der Projektkalkulation.

Überstunden nur dann anerkannt und vergütet, wenn sie mit Mehrleistung verbunden sind. Mehrarbeit außerhalb der kalkulierten Auftragsstunden wird in der Regel nicht anerkannt.

Bezüglich der Arbeitszeitmodelle in unserem Betrieb gibt es Transparenz. Vollzeit = 40 Wochenstunden gilt als Regel, verteilt auf 4 Tage à 8,5 Std (=Mo-Do) und 1 Tag à 6 Std (=Fr). Der für Buchhaltung und Sekretariat zuständige Mitarbeiter arbeitet - als einziger - in Teilzeit (35 Std/Wo).

Ein eigenverantwortlicher Umgang der Mitarbeiter\_innen mit ihrer Arbeitszeit ist grundsätzlich möglich, jedoch in engen Grenzen und immer in Abstimmung mit den Teamkolleg\_inn\_en und nach Rücksprache mit der Geschäftsleitung. Die jeweiligen Spielräume richten sich nach der Fähigkeit der Einzelnen, sich und ihre Aufgaben eigenständig einzuschätzen und zu organisieren.

Von Zeit zu Zeit wird die Verteilung der wöchentlichen Arbeitszeit zur Diskussion gestellt und neu beschlossen.

Teilzeitmodelle sind mitunter Thema bei Neueinstellungen.

### **C2.1 Senkung der Normalarbeitszeit (Relevanz hoch)**

#### Kennzahlen

Durchschnittliche Arbeitszeit je Beschäftigter/m: 7,9 Stunden pro Arbeitstag.

Geleistete Überstunden je Mitarbeiter\_in: ca. 5 Stunden pro Monat.

Überstunden erfolgen teils nach eigener Einschätzung der Mitarbeiter\_innen, teils nach miteinander abgestimmter Notwendigkeit; sie können mit Zustimmung der Geschäftsleitung bei betrieblich passender Gelegenheit abgebummelt werden. In jedem Fall sind sie nicht struktureller Baustein der Arbeitsplanung.

## **C2.2 Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei adäquater Bezahlung) ( Relevanz: mittel)**

In unserem Betrieb beschäftigen wir keine Zeitarbeiter\_innen, weil wir sie nicht brauchen. Für Zeiten extremer Auftragsspitzen haben wir 2-3 freie Mitarbeiter (überwiegend ehemalige Mitarbeiter), die immer wieder bei uns arbeiten und dadurch gut eingearbeitet sind. Diese kommen sinngemäß in den Genuss der gleichen Konditionen wie die Festangestellten.

Bezüglich der Arbeitszeitmodelle in unserem Betrieb gibt es Transparenz. Vollzeit = 40 Wochenstunden gilt als Regel, verteilt auf 4 Tage à 8,5 Std (=Mo-Do) und 1 Tag à 6 Std (=Fr). Der für Buchhaltung und Sekretariat zuständige Mitarbeiter arbeitet – bisher als einziger - in Teilzeit (35 Std/Wo).

## **C2.3 Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit (Relevanz: mittel)**

Unsere Form der Arbeitsorganisation und des Betriebsklimas lebt ganz stark davon, daß Arbeitszeit auch Lebenszeit ist. Das zeigt sich in unseren gemeinschaftlichen Frühstückspausen, in der Gestaltung der Räume, in der Rücksichtnahme auf persönliche Urlaubsplanungen oder auch in der möglichst rechtzeitigen Kommunikation von Montageterminen.

## **C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN**

### **C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit (Relevanz: hoch)**

Kennzahlen/ wichtige Daten

	Teilweise vegetarisch/vegan	Mehrheitlich veget./vegan	Überwiegend veget./vegan	Bio-Anteil (in%)
Angebote im Unternehmen (% uale Verteilg)			30	40
Tatsächliches Verhalten der MA (% uale Verteilung)	1		4	30

Getränke wie Tee und Kaffee sind bei uns in der Regel in Bio-Qualität oder stammen mindestens aus fairem Handel (FairTrade, gepa u. ä.)

Die zu für die gemeinsamen Mahlzeiten eingekauften Lebensmittel sind zu einem nennenswerten Teil in Bio-Qualität. Hin und wieder wird mittags gekocht oder jemand (meist die Chefin) bringt von zuhause Suppe mit; was die Chefin mitbringt, ist zu 90 % in Bio-Qualität.

Die (essbaren) Zutaten für die jährliche betriebliche Weihnachtsfeier – die am jeweils letzten Arbeitstag vor den weihnachtlichen Betriebsferien in der Werkstatt stattfindet – haben in der Regel Bio-Qualität oder stammen aus lokaler Produktion (z. B. Neuland-Würstchen aus der Fleischerei Bachhuber).

### C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz (Relevanz: hoch)

#### Kennzahlen/ wichtige Daten

	Gesamt KM für das Unternehmen	Durchschnittlich pro MA
Flugreisen	-	-
Auto/ PKW einzeln	40	5
Car-Sharing	-	-
ÖPNV	100	12,5
Fahrrad/ Fuß	70	9

\*durchschnittlich pro Tag

Durch die Innerstädtische Standortwahl ergeben sich zumeist übersichtliche Fahrtwege, die viele der Mitarbeiter\_innen das Fahrrad oder den ÖPNV benutzen lassen. Nur vereinzelt kommt mal eine\_r mit eigenem PKW/Motorrad.

Die Chefin nutzt für Termine außerhalb der Werkstatt gerne die ÖPNV oder das Fahrrad – sofern Tagesablauf, Streckenführung und Witterung dies zulassen (10-15 % der Fälle).

### **C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse (Relevanz: mittel)**

Die Geschäftsleitung begünstigt ein Betriebsklima, wo während der Pausen (alle anwesenden MA sitzen zusammen um den vielfältig gedeckten Tisch) auch Gespräche über Themen wie gesunde Ernährung, alternative Medizin, ökologische Landwirtschaft u. ä. stattfinden. Sie stellt außerdem regelmäßig eine\_n Mitarbeiter\_in für den gemeinschaftliche Einkauf ab und regt den Einkauf von fair gehandelten bzw. Bio-Lebensmitteln dafür an bzw. bringt eigene Essensbeiträge stets in Bioqualität.

Ökologisch positive Verhaltensweisen nimmt die Geschäftsleitung stets wohlwollend und zustimmend zur Kenntnis, begegnet aber auch den Mitarbeiter\_inne\_n mit konventionelleren Verhaltensweisen mit Respekt und voller Akzeptanz.

Unsere Mitarbeiter\_innen werden regelmäßig zu bewußtem Umgang mit allen Ressourcen angehalten. Dies gilt sowohl für Heizung und Stromverbrauch (Schilder wie „Abends Licht aus“ oder „Wenn Heizung an, dann Tür zu“ zeigen dies an mehreren Stellen im Betrieb), für die Sorgfalt gegenüber den Materialien als auch für die Rücksicht auf sich selbst und die Kolleg\_inn\_en.

In unserer Arbeitsvorbereitung legen wir Wert auf sorgfältige Planung, sodaß Materialbestellungen sinnvoll koordiniert und damit überflüssige Wege vermieden werden können.

Die Mitarbeiter\_innen werden angehalten, in Räumen, wo gerade nicht gearbeitet wird, das Licht zu löschen. Außerhalb der Arbeitszeiten wird der Strom vollständig abgeschaltet, so daß auch keine Stand-By-Modus-Ströme fließen.

Darüberhinaus werden die Mitarbeiter\_innen angehalten, durchstrukturierte Vorbereitung die eigentlichen Maschinenlaufzeiten auf das unvermeidliche Maß zu begrenzen.

Im Winter werden nur die genutzten Räume während der Arbeitszeit richtig geheizt. Dabei wird darauf geachtet, daß alle Räume das für Mensch und Materialien mindestens notwendige Raumklima haben bzw. behalten.

Dazu gehört übrigens auch die Überwachung der Luftfeuchtigkeit.

## **C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS**

#### **C4.1 Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen (Relevanz: hoch)**

##### Kennzahlen

Die Spreizung zwischen dem geringsten (Jungesell\_inn\_en) und dem höchsten (Führungsmitarbeiter, Chefin) Einkommen im Unternehmen (Bruttolohn inkl. aller Zulagen für Vollzeitäquivalent) beträgt etwa 1:1,2.

Die Mitarbeiter\_innen gewinnen tagtäglich einen Eindruck davon, ohne daß sie jedoch genaue Zahlen kennen.

#### **C4.2 Mindesteinkommen (Relevanz: mittel)**

##### Kennzahlen

Das geringste Einkommen im Unternehmen ist das der Auszubildenden und ist es bezogen auf die Lebenserhaltungskosten der Region wohl kaum auskömmlich. Allerdings entspricht es den tariflichen Vereinbarungen und kann bei Bedarf mit staatlichen Leistungen aufgestockt werden.

Die Gesell\_inn\_en verdienen zwischen 10,00 und 13,50 pro Stunde (Arbeitnehmerbruttolohn). Der Berliner Durchschnitt liegt bei 10-11 Euro; mit 11 Euro pro Stunde kann bei einer 40-Std-Woche ein monatliches Netto-Einkommen von ca. 1.350 Euro erzielt werden (Lohnsteuerklasse 1).

#### **C4.3 Transparenz und Institutionalisierung (Relevanz: niedrig)**

Die konkrete Lohnstruktur ist offiziell nur für den für die Buchhaltung zuständigen Mitarbeiter transparent. Jedoch ist allen bei uns Beschäftigten klar, wer mehr und wer weniger verdient, denn das ist ein Kriterium für die Verteilung der anfallenden Arbeiten und Aufgaben.

Die Höhe der Löhne wird zwischen der Geschäftsleitung und den Mitarbeiter\_inne\_n ausgehandelt. Es fließen Kriterien wie Verantwortungsbereitschaft und Verteilung von Risiko in die Verhandlungen ein.

Um die Wirtschaftlichkeit unserer Unternehmung langfristig zu sichern, sind seit Ende 2014 alle Mitarbeiter\_innen (außer Azubis) gehalten, ihre jeweiligen Aufgaben innerhalb eines vorab mit der Geschäftsleitung abgestimmten Zeitkontingents zu erledigen. Zeitlicher Mehrbedarf geht zu Lasten der/des Mitarbeiterin/s, außer wenn externe Faktoren die Ursache von Verzögerungen darstellen.

Als Gegenleistungen wurden zum 1.1.2015 alle Löhne pauschal um zunächst 50 ct/Std angehoben.

Die Regelung befindet sich weiterhin in der Erprobungsphase und wird regelmäßig mit allen Beteiligten besprochen und weiterentwickelt. Da die Geschäftsleitung viel Sorgfalt

und Zeit in die Kommunikation darüber investiert, ist die Akzeptanz seitens der Mitarbeiter\_innen erfreulich hoch.

## **C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ**

### **C5.1 Grad der Transparenz (Relevanz: niedrig)**

In unserem Betrieb wird viel ge- und besprochen (vgl. mehrere Subindikatoren). Es darf von allen alles gefragt werden, und auf vieles gibt es eine Antwort von der Chefin. So entsteht eine Art von Transparenz, die sich weniger in einsehbaren Zahlen und Unterlagen manifestiert, sondern eher in einem Bild, das sich die Mitarbeiter\_innen machen, und das ganz wesentlich von Glaubwürdigkeit lebt.

Da unser Unternehmen eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) ist, werden unsere Bilanzen veröffentlicht und sind allen Bürger\_inne\_n frei zugänglich.

Die beiden Führungsmitarbeiter haben über unsere EDV Zugriff auf alle projektrelevanten Daten, einschließlich der Kalkulation und des Angebots-/Auftragstextes.

### **C5.2 Legitimierung der Führungskräfte (Relevanz: mittel)**

Die Personalentwicklung ist Sache der Geschäftsleitung; sie trifft die Auswahl als FK infragekommender Mitarbeiter\_innen. In die Entscheidung fließt nebst der fachlichen Eignung immer auch der Aspekt der (vermuteten) Akzeptanz durch die Kolleg\_inn\_en ein. Erhalt und Förderung des Betriebsklimas sind wichtig!

Während der Probezeiten sind alle anderen Mitarbeiter\_innen aufgefordert, sich ein eigenes Bild von der/m neuen Kollegin/en zu machen. Ihre Meinung wird gehört, bevor die Geschäftsleitung die Entscheidung über eine Verbleib der/s Anwärterin/s im Unternehmen trifft. Dabei gibt es ein Vetorecht.

Wenn es Feedback (insbesondere Kritik) der Mitarbeiter\_innen zur Arbeit der Führungskräfte gibt, wird dies natürlich vertraulich behandelt; in den meisten Fällen erleben die Mitarbeiter\_innen, daß anschließend „etwas passiert“, d. h. die Geschäftsleitung überlegt geeignete Maßnahmen, um die Mißstände abzumildern oder möglichst ganz abzustellen.

### **C5.3 Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen (Relevanz: hoch)**

Wichtige Entscheidungen trifft in der Regel die Chefin. In den meisten Fällen wird sie im Vorfeld die Führungsmitarbeiter zu Rate gezogen haben und im Idealfall einen Konsens erreicht haben.

Die Entscheidung über unseren neuen Standort wurde so vorbereitet und getroffen.

Wenn beispielsweise Maschinen an- oder abgeschafft werden sollen, wäre das ein klassisches Thema für die Montagsbesprechungen, bei denen alle Mitarbeiter\_innen anwesend und beteiligt sind.

In der Regel sprechen, überlegen und diskutieren wir solange, bis ein Konsens erzielt wird. Dort, wo sich kein Konsens abzeichnet, Entscheidungen aber innerhalb bestimmter Fristen zu treffen ist, dienen Mehrheitsentscheidungen als Behelf.

Die Entscheidung über die Verwendung eventueller Gewinne trifft die Geschäftsleitung, in der Regel nach Beratung mit den Führungsmitarbeiterinnen.

#### **C5.4 Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen (Relevanz: mittel)**

Das Unternehmen ist ursprünglich als Kollektiv gegründet worden, wobei sich das Firmeneigentum stets zu gleichen Teilen auf alle Gesellschafter\_innen verteilte, ebenso wie alle Verantwortung und Entscheidungsbefugnisse.

Die Entwicklung der Firmengeschichte hat dazu geführt, daß seit nunmehr vierzehn Jahren Orsine Mieland die alleinige Gesellschafterin des Unternehmens ist und somit über 100 % der Geschäftsanteile verfügt. Es bestehen gibt derzeit keine Überlegungen, daran etwas zu ändern.

Die ausgeprägte und lebendige Gesprächs- und Kommunikationskultur in unserem Unternehmen ist jedoch ein willkommenes Relikt aus den Kollektivzeiten.

## **D1 ETHISCHES VERKAUFEN**

### **Allgemeines**



Wir streben Geschäftsbeziehungen „auf Augenhöhe“ an, in denen beide Seiten einander mit Respekt und Wertschätzung begegnen.  
Unsere Mitarbeiter\_innen verhalten sich respektvoll.

Wir „schwätzen“ unseren Kund\_inn\_en nichts „auf“!

Wir beraten umfassend und ergebnisoffen.

Unsere Preisgestaltung ist fair, was keineswegs gleichbedeutend mit „billig“ ist!

### **D1.1 Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing + Verkauf) (Relevanz: hoch)**

Wir streben Geschäftsbeziehungen „auf Augenhöhe“ an, in denen beide Seiten einander mit Respekt und Wertschätzung begegnen. Dazu gehört übrigens auch das Verhalten der Kund\_inn\_en gegenüber unseren Mitarbeiter\_innen.

Dabei spielen die üblichen vertraglichen Unterlagen natürlich ihre Rolle, doch legen wir besonders viel Wert darauf, mit dem/der Auftraggeber\_in eine tragfähige Vertrauensbasis herzustellen; und auf eine Kommunikation, die auf wechselseitiges Verstehen ausgerichtet ist. Dazu gehört in der Regel, daß für uns das Anliegen der/des Kundin/en akzeptabel sein sollte.

Wir „schwätzen“ unseren Kund\_inn\_en nichts „auf“! Wir verkaufen nur, was auch gebraucht wird – sei es greifbar oder „zwischen den Zeilen“. Die Herstellung von Wegwerfartikeln lehnen wir ab. Wenn es sich ergibt, daß wir Schutzabdeckungen für einen befristeten Bedarf her- oder bereitstellen, so finden wir in der Regel eine Weiternutzungsmöglichkeit für die Materialien (im Zweifelsfall lagern wir sie auch erstmal ein).

Wir beraten umfassend und ergebnisoffen. Unsere Produkte sind langlebig in Bezug auf Funktion und Gestaltung. Unsere Materialauswahl orientiert sich an diesen Zielen.

Unsere Preisgestaltung ist fair, was keineswegs gleichbedeutend mit „billig“ ist! „Fair“ bedeutet für uns, daß wir davon auskömmliche Löhne zahlen, gute Rohmaterialien einkaufen und unter anständigen Bedingungen produzieren können. Daraus resultiert oft ein höherer Verkaufspreis als bei manchem unserer Mitbewerber.

Unsere Mitarbeiter\_innen werden zu respektvollem Verhalten den Kund\_inn\_en gegenüber angehalten, bei Wahrung des eigenen Selbstwertgefühls.

### **D1.2 Produkttransparenz, Fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen (Relevanz: niedrig)**

Wir geben ausführlich – und zumeist schriftlich – Auskunft über die Materialien und Verfahrensweisen, die bei der Fertigung des Produkts verwendet werden sollen.

Unsere Preise sind stets objektbezogen (können also, je nach Stückzahl und anderen Rahmenbedingungen, von Fall zu Fall variieren) und beinhalten in der Regel alle anfallenden Kosten (Aufmaß, Beratung, Planung, Materialbereitstellung, Fertigung, Lieferung und Einbau); in seltenen Fällen weisen wir Lieferung und/oder Einbau separat aus, meist dann, wenn diese Leistungen eventuell von den Auftraggeber\_inne\_n selbst übernommen werden.

Unsere Preise enthalten lauter Nebenkosten, z. B. für ordentlichen Arbeits- und Gesundheitsschutz, gute Personalplanung, Werkstattordnung, gutes Werkzeug, Halten von Mitarbeiter\_inne\_n auch in auftragsknappen Zeiten, Lehrlingsausbildung, Pausenversorgung usw.). Viele Mitbewerber\_innen erbringen solche Leistungen nicht oder nur sehr eingeschränkt. Dadurch können sich Preisunterschiede ergeben, die viele Kund\_inn\_en nicht so leicht akzeptieren, da sie vieles für „Firlefanz“ halten.

Über unsere Einkaufspreise geben wir in der Regel keine Auskunft, nur selten auch über unsere Bezugsquellen, da es dabei erfahrungsgemäß leicht zu Mißverständnissen kommen kann.

Da wir von gegenseitigem Respekt und Wertschätzung getragene Geschäftsbeziehungen anstreben, kommen solche mit „unethischen“ Kund\_inn\_en in der Regel gar nicht erst zustande. Zusätzlich recherchieren wir im Zweifelsfall vorab über das Internet, mit wem wir es zu tun haben und führen dann eventuell begonnene Verhandlungen gezielt ins Aus.

### **D1.3 Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung / Marktforschung (Relevanz: mittel)**

Erforschung der Kundenbedürfnisse gehört bei uns zum üblichen Akquise- und Beratungsablauf. Daher haben die Kunden großen und unmittelbaren Einfluß auf das für Sie anzufertigende Produkt.

Je nach Auftragsumfang kann es sich sogar ergeben, daß wir extra ein bestimmtes Fertigungsverfahren entwickeln oder ein spezielles Werkzeug anschaffen bzw. machen lassen.

Außerhalb des jeweiligen Auftrags gibt es keine Mitbestimmungsmöglichkeit für unsere Auftraggeber\_innen.

Allerdings nehmen sie mitunter indirekt Einfluß auf unsere künftigen Strategien, indem wir regelmäßig das Kundenfeedback erfragen und auswerten.

## **D1.4 Service-Management (Relevanz: mittel)**

Wir bieten einen zuverlässigen und ergebnisorientierten Service an. Für Mängel, die bestimmt oder wahrscheinlich auf einen Fehler unsererseits zurückzuführen sind, beheben wir schnell, unkompliziert und natürlich kostenlos. Wenn ein Mangel durch Einwirkung Dritter entstanden ist, beheben wir ihn auch schnell und unkompliziert, und berechnen den entstandenen Zeit- und Materialaufwand.

Eine erste mündliche Kostenschätzung anhand eines telefonischem Erstgesprächs und ggfs. von Fotos ist in der Regel kostenlos, während die Erstellung eines richtigen Angebotes, mit Beratung und/oder Entwurf, im Auftragsfall zwar kostenloser Service ist, ansonsten aber nach Aufwand bzw. Angebotssumme berechnet wird.

Zufriedene Kund\_inn\_en sind das oberste Ziel für uns. Das beginnt mit guter Beratung und fairem Preis, geht weiter über ein termingerecht fertiggestelltes Produkt mit den vereinbarten Eigenschaften (oder besser!) und mündet in eine zuverlässige Nachbetreuung.

In der Regel ruft die Chefin nach Auslieferung und Abschluß eines Projekts die/den Auftraggeber\_in mindestens an, um sich zu erkundigen, ob alles nach Wunsch und zur Zufriedenheit abgelaufen ist. Bei größeren Projekten macht sie sich oft vor Ort persönlich ein Bild – und Fotos.

So erhalten wir stets direktes Feedback und können ggfs. schnell reagieren. Auch hier gilt: Fairness und Respekt!

Unsere Servicequalität sichern wir durch freundliche Gesprächsannahme, gute innerbetriebliche Kommunikation und übersichtliche Dokumentation der verwendeten Materialien bereits während der Produktion.

Wir stellen uns bestmöglich auf die zeitlichen Möglichkeiten der/des Kundin/en ein, allerdings weitgehend innerhalb üblicher Arbeitszeiten (Mo-Fr 7-19 Uhr).

Kund\_inn\_en, die erneut etwas bei uns in Auftrag geben, werden mit einem 5-%-igen „Treue-Rabatt“ belohnt. Diesen erhalten auch Neukund\_inn\_en, die auf Empfehlung einer/s Stammkundin/en zu uns finden.

## **D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN**

### **Allgemeines**

Wir kooperieren gern und häufig mit anderen Unternehmen ähnlicher Größe, sowohl aus unserem eigenen, als auch aus angrenzenden Gewerken.

Das können umfangreichere Projekte sein, die wir zusammen mit „befreundeten“ Tischlereien umsetzen; hier gibt es langjährige Erfahrungen mit den Tischlereien „möbelle“, Böllnitz, Baufachfrau, Götze, Artizan, Tischleria, planB.

Und das können Kooperationen mit Unternehmen aus anderen Branchen sein, vielfach erprobt z. B. mit der Möbelschlosserei Echtraum, der Glaserei Bernd Müller, dem Maler Peter Weber, der Trockenbaufirma SchönerWohnen, der Fa. Polaris Elektrobau oder der Maurerfirma Levermann.

In Berlin leben die meisten Handwerksfirmen nicht durch Laufkundschaft, sondern alle arbeiten im gesamten Stadtgebiet und konkurrieren hauptsächlich innerhalb bestimmter Kundenkreise. Das erleichtert aus unserer Sicht die Kooperation, zumal auch die Gefahr geringer ist, daß Kund\_inn\_en uns Firmen gegeneinander auszuspielen versuchen.

Wenn wir mit anderen Firmen erfolgreich kooperieren wollen, brauchen wir hauptsächlich ähnliche Gepflogenheiten bei Maßgenauigkeit und Termintreue sowie zueinander passende Firmenphilosophien. Darüberhinaus ist Vertrauen zueinander unverzichtbar; Absprachen sollten in hohem Maße „auf Zuruf“ möglich sein, um langwierigen Schriftverkehr zu vermeiden.

### **D2.1 Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie (Relevanz: mittel)**

Wir pflegen unterschiedlich zusammengesetzte, informelle Gesprächs- und Kooperationszirkel, wo sich Firmen zusammenfinden, die auf bestimmten Gebieten ähnlich „ticken“. Innerhalb dieser Zusammenhänge sind wir durchaus sehr freigiebig mit Informationen zu Bezugsquellen und Preisen, zu Techniken, Tipps und Tricks. Auch Erfahrungsaustausch über Messebesuche gehört dazu. Es entstehen rege Wechselwirkungen aus Geben und Nehmen, die über die Jahre hinweg für alle fruchtbar sind.

Dasselbe gilt für langjährige Weggefährten\_inn\_en und betrifft übrigens auch den Austausch von Material, Gerätschaften und Werkzeugen.

Außerhalb dieser Zirkel/Beziehungen stellen wir unser Wissen nur eingeschränkt zur Verfügung.

### **D2.2 Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme (Relevanz: hoch)**

Innerhalb des Kreises der „befreundeten“ Tischlereien unterstützen wir uns gegenseitig, indem wir uns in Zeiten von Auftragsspitzen mit dem „Ausleihen“ von Mitarbeiter\_inne\_n aushelfen. Wenn bei einem Betrieb Auftragsmangel herrschen sollte, können andere Betriebe möglicherweise von ihren Aufträgen etwas „abgeben“.

In beiden Fällen kann sich die unterstützende Wirkung z. B. durch die Länge der Zahlungsziele verstärken. Das gilt auch für die Frage, wer innerhalb einer Kooperation die Materialkosten vorfinanziert.

### **D2.3 Kooperatives Marketing (Relevanz: mittel)**

Unser Budget für Marketing liegt bei 1-2 % des Umsatzes. Damit finanzieren wir, über unsere eigene Werbung hinaus, hin und wieder auch einen gemeinschaftlichen Werbe-/Messeauftritt mit Kolleg\_inn\_en. In solchen Fällen kann mit vereinten Kräften große Wirkung entfaltet werden; es müssen aber Zielsetzung und die jeweiligen Firmenphilosophien aufeinander abgestimmt sein.

In der Regel ist aber unsere Kund\_inn\_ensprache sehr gezielt, sodaß wir persönliche und direkte Kanäle bevorzugen (z. B. Empfehlungsmarketing). Eine zu pauschale Adressierung oder unpassende Marketing-Kooperationspartner können die „Botschaft“ verunklaren oder gar stören.

## **D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN**

### **D3.1 Produkte/ Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen (Relevanz: hoch)**

Im Vergleich zur marktüblichen Ausführung von Tischlerarbeiten verwenden wir deutlich häufiger ökologisch hochwertigere Materialien. Wir investieren mehr Zeit in eine gute Verschnittplanung und überhaupt in eine sinnvolle Planung der Arbeitsabläufe, sodaß möglichst wenig Abfall „produziert“ oder Strom verbraucht wird.

So liegen unsere Entsorgungskosten bei etwa 70 % des branchenüblichen Wertes für unsere Betriebsgröße.

Unser Stromverbrauch liegt bei 50 % der entsprechenden Benchmarks.

Wir halten unsere belastenden Immissionen (speziell bei der Oberflächenbehandlung/Spritzlackierung) mithilfe geeigneter Ausrüstung (Niederdruck-Spritzverfahren, Aktivkohlefilter) in engen Grenzen.

Schon bei der Akquise bevorzugen wir auf Langlebigkeit angelegte Projekte. In der Ausführung treffen wir auch kleine Einzelentscheidungen (welches Material bei gleicher Eignung? Beschlag aus Kunststoff oder aus Metall?) anhand der Maxime „Langlebigkeit“.

Bei unseren Produkten sind folgende Aspekte ökologisch relevant:

Herkunft der Hölzer

Stromverbrauch bei der Verarbeitung  
Schadstoffgehalt von Werk- und/oder Hilfsstoffen  
Lösemittelgehalt (VOC) der Oberflächenbeschichtungen  
Resteverwertung/-recycling  
Kraftstoffverbrauch für Einkaufs- und Auslieferungsfahrten

Bei der Herkunft der Hölzer achten wir sowohl auf möglichst kurze Transportwege als auch darauf, daß sie in keinem Fall aus umweltzerstörerischem Raubbau stammen. Zur besseren Einschätzung verwenden wir eine Liste von greenpeace, wo die (Un-)Bedenklichkeit unterschiedlicher Holzarten eingestuft wird, und vermeiden Tropenhölzer kategorisch.

Den Stromverbrauch halten wir so gering wie möglich, indem wir die Werkstücke sortieren und kennzeichnen, bevor wir mit der maschinellen Bearbeitung beginnen (statt dies bei laufender Maschine zu tun...) die Werkstattbeleuchtung von Fall zu Fall dem tatsächlichen Lichtbedarf anpassen  
Fahrten aller Art durch gute Planung und Organisation auf das unvermeidbare Maß begrenzen.

Den Schadstoffgehalt von Werk- und Hilfsstoffen schätzen wir bestmöglich ein und geben nach Möglichkeit, bei gleichwertiger Eignung, dem Produkt mit der geringeren Belastung den Vorzug.

Die Belastung durch freiwerdende Lösemittel begrenzen wir durch den Einsatz von Niederdruck-Spritzsystemen  
gute Planung, um zusätzlichen Lösemittelbedarf durch Nacharbeiten zu vermeiden  
Beratung unserer Kund\_inn\_en hin zu alternativen Oberflächenveredelungen, beispielsweise durch Ölen, Wachsen oder Seifen (im Schnitt 50 % der Oberflächen werden bereits so ausgeführt)  
Reduzierung der zu lackierenden Lackoberflächen auf ein Minimum, indem Rückseiten mit alternativen, feststofflichen Beschichtungen ausgeführt werden  
schrittweisen Umstieg auf lösemittelfreie Lacksysteme (acrylharzgebundene Lacke), die allerdings nicht ohne weiteres für jede Anwendung geeignet sind

Die Entstehung von Resten versuchen wir zu begrenzen, indem wir sorgfältig planen und möglichst paßgenau einkaufen. Darüberhinaus streben wir bereits bei der Planung eine möglichst verschnittoptimierte Ausnutzung der Rohmaterialien an.

Die trotz guter Planung anfallenden Werkstoffreste werden wenn möglich, dem Recycling zugeführt, also wiederverwendet  
eingelagert, um anderweitig Verwendung zu finden  
als Brennholz nachgenutzt (nur für unbehandeltes Massivholz möglich)  
der Wertstoffhof zugeführt, wo sie thermisch verwertet werden

Einkaufs- und Lieferfahrten beschränken wir durch sorgfältige Organisation von Terminen und Materialbedarf auf das unbedingt notwendige Maß.

In der Intensität, mit der wir dieses Maßnahmenbündel anwenden, unterscheiden wir uns von einem großen Teil unserer Mitbewerber, die aus wirtschaftlichen Gründen tendenziell zum Sparen auf Kosten der Umwelt neigen.

### **D3.2 Suffizienz (Genügsamkeit): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum ( Relevanz: mittel)**

Grundsätzlich stellen wir Produkte her, die auf Langlebigkeit ausgelegt sind.

Immer da, wo als Alternative zur Neuanfertigung auch die Reparatur des Bestandes in Frage kommt, empfehlen wir dies den Kund\_inn\_en. Die Kund\_inn\_en, die für die Reparatur mehr auszugeben bereit sind, als für die Neuanfertigung, sind zwar selten, aber es gibt sie!

### **D3.3 Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber (Relevanz: mittel)**

Bereits auf unserer Internetseite finden Interessierte vielerlei Hinweise auf unsere ressourcenbewußte Herangehensweise.

Im konkreten Einzelfall sprechen wir in unseren Beratungen offen über die ökologischen Aspekte unterschiedlicher Materialien und Verfahrensweisen, stellen den Kund\_inn\_en jedoch frei, die Entscheidung selber zu treffen.

In Abwägung mit der jeweiligen Auslastung unserer Kapazitäten und der wirtschaftlichen Situation des Betriebes rücken wir unterschiedlich weit ab von unseren Grundüberzeugungen und entscheiden von Fall zu Fall, ob wir einen Auftrag annehmen oder nicht.

## **D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN**

### **D4.1 Erleichterter Zugang zu Informationen/ Produkten/ Dienstleistungen für benachteiligte KundInnen-Gruppen (Relevanz: hoch)**

Unsere Kund\_inn\_en brauchen in der Regel ein bestimmtes Maß an Eigenverantwortlichkeit. Wir sind wochentags von 8-17 Uhr (und oft darüberhinaus)

direkt in der Werkstatt erreichbar und können zu denselben Zeiten angerufen werden (ggfs. kann eine Nachricht auf dem Anrufbeantworter hinterlassen werden).

Darüberhinaus können wir via Fax und Email kontaktiert werden. Im Internet sind wir mit einer Homepage vertreten, die erste Informationen anbietet.

Die Chefin ist deutsche Muttersprachlerin, spricht fließend Italienisch und leidlich gut Englisch, Französisch hingegen nur in wenigen Versatzstücken.

Für Menschen mit körperlichen Einschränkungen sind unsere Räume barrierearm zugänglich. Ihnen bieten wir die barrierearme bzw. –freie Umrüstung von Wohn- oder Arbeitsräumen an. Die Koordination erfolgt meist über entsprechende Beratungsstellen der Sozialverbände (z. B. Arbeiterwohlfahrt, Caritas, Diakonie u. a.), die in der Regel auch die Finanzierungsmöglichkeiten abklären.

Da wir offen für alle sexuellen Orientierungen sind, kommen manche unserer Kund\_inn\_en aus der queeren Community.

Projekten und NGOs gegenüber sind wir aufgeschlossen und wohlwollend, können ihnen allerdings oft nur in begrenztem Umfang wirtschaftlich entgegenkommen.

#### **D4.2 Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt (Relevanz: mittel)**

Grundsätzlich werden bei uns alle gleich behandelt, die Kleinen und die Großen, die Reichen wie die weniger Reichen, die Alten wie die Jungen.

Weniger gerne mögen wir die (intern so genannten „Rosinenpicker“), die nur für die Kleinigkeiten oder für die besonders umständlichen Aufgaben, die unsere Mitbewerber nicht können oder ablehnen, zu uns kommen, während sie die Aufträge, an denen sich etwas verdienen ließe, lieber bei den weniger rücksichtsvoll arbeitenden Mitbewerbern platzieren.

Sehr willkommen sind aber solche Kund\_inn\_en, die sich an uns wenden, weil sie MIT UNS zusammenarbeiten wollen. Hier steht mehr das Wie und Was im Vordergrund als der Preis.

### **D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS**

#### **D5.1 Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette (Relevanz: hoch)**



Die Chefin ist ehrenamtlich im Berliner Meisterprüfungsausschuß tätig und ist dadurch an der Erarbeitung der prüfungsrelevanten Standards beteiligt. Damit werden für Berlin aus den Standards von heute die Standards von morgen entwickelt.

Auch im Berliner Gesellenprüfungsausschuß ist die Chefin ehrenamtlich tätig. Diese Prüfungen laufen nach bundeseinheitlichen Standards ab, sodaß weniger Gestaltungsspielraum bleibt als bei den Meisterprüfungen.

#### **D5.2 Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards (Relevanz: mittel)**

Wir beteiligen uns an gesellschaftlichen Diskussionen über Art und Ausgestaltung solcher Standards. Dies geschieht hauptsächlich im Rahmen der ehrenamtlichen Tätigkeiten:

- als Mitglied sowohl des Gesellen- als auch des Meisterprüfungsausschusses
- als Aufsichtsratsvorsitzende der Weibewirtschaft eG sowie als Mitglied verschiedener Fördervereine (Förderverein der EAF Berlin e. V., Förderverein für Aus- und Weiterbildung im Tischlerhandwerk e. V) begegne ich – sowohl offiziell als auch informell - Politiker\_inne\_n aller Ebenen und trage meine Anliegen vor bzw. lasse sie in die Gespräche einfließen.

#### **D5.3 Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe (Relevanz: hoch)**

Die Reichweite unseres Beitrags erstreckt sich von der kommunalen bis auf die internationale Ebene.

So waren wir z. B. Gastgeberin bzw. Gesprächspartnerin

- einer Delegation von Beamten der mittleren und oberen Ebenen des Bundesfinanzministeriums, die sich ein Bild von der Realität in kleinen Handwerksbetrieben machen wollten (2009).
- der Bundesfamilienministerin anlässlich des Girls' Days bei uns im Betrieb (2012).
- einer Delegation von Politiker\_inne\_n und Wirtschaftsvertreter\_inne\_n aus Kirgisistan, die sich über Frauenförderung in der Wirtschaft in Deutschland informieren wollten (2012).
- einer Gruppe von Unternehmerinnen aus aller Welt, die sich im Rahmen des Besuchsprogramms des Auswärtigen Amtes ein Bild von Selbständigen in Deutschland machen wollten (2014).

## **E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN**

**E1.1 Produkte/ Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder diesen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen (Relevanz: hoch)**

Hilfreiche Tabelle zur Übersicht

Top 5 angebotene Produkte/ Dienstleistungen (in % des Umsatzes)	Deckt das P/D einen Grundbedarf (suffizient) und ist es lebensnotwendig? (Dient es dem einfachen Leben, einem guten Leben, oder ist es Luxus?)	Positive Wirkung auf Mensch/ Gemeinschaft/Erde	Negative mögliche/ tatsächliche Folgewirkung des P/D
Möbel (Betten, Tische) (5 %)	P dient in einfacher Ausführung einen Grundbedarf in unseren Breiten, die Qualität unserer Betten dient aber zumeist eher einem guten Leben oder ist sogar Luxus	Individuelle Lösungen stärken das Wohlfühl der Menschen. Die Anfertigung durch uns schafft hier Arbeitsplätze und fördert den Erhalt handwerklicher und gestalterischer Fähigkeiten	Im Fall kurzfristiger Nutzung entsteht Abfall, der vorher unter Einsatz von vielerlei Ressourcen hergestellt wurde. Über Beratung wird das Verhältnis von Ressourceneinsatz zu Nutzungsdauer/Haltbarkeit austariert. Aufträge mit unvermeidbar schlechter Ökobilanz werden abgelehnt.
Einbauschränke und -regale (50-60 %)	P dienen der Aufbewahrung von Dingen des täglichen wie auch des nicht täglichen Bedarfs und somit oft dem guten Leben, mitunter aber auch dem Luxus	s. o.	s. o.
Küchenmöbel (10 %)	P dienen der Befriedigung alltäglicher Bedürfnisse und somit oft dem guten Leben; als Prestigeobjekte sind sie jedoch oft auch Luxus	Besinnung auf die eigenen Bedürfnisse und Vorlieben stärkt das Bewußtsein für relevante Lebensinhalte.	s. o.
Reparaturen von Fenstern + Türen (15 %)	Dichtschließende Bauelemente hemmen Schall und Kälte; außerdem dienen sie dem Einbruchschutz	Funktions-/Werterhaltung vorhandener Produkte; Einsparung von Ressourcen; Stärkung des historischen Gedächtnisses	möglicherweise weniger künftige Energieersparnis als bei neuen Elementen.

Wir halten unsere Branche grundsätzlich für „nützlich“ und „nah an den Grundbedürfnissen“ der Menschen, können aber nicht von der Hand weisen, daß wir oftmals für Luxusbedürfnisse arbeiten. Diese Tendenz ist zunehmend, da die Klientel, die es sich überhaupt leisten kann, unsere Produkte und Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen, kaum mehr Grund-, sondern fast nur noch Luxusbedürfnisse hat... Immerhin ermöglichen sie damit den Fortbestand des in unseren Breiten seit Jahrhunderten hochentwickelten Tischlerhandwerks. Dies stellt aus unserer Sicht einen nicht zu unterschätzenden Wert dar, der auch ein gesellschaftliches Grundbedürfnis erfüllt.

## **E1.2 Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen ( Relevanz mittel oder hoch)**

- Kurze Wege f Kund\_inn\_en u Mitarbeiter\_inn\_en (städtisch/regional)
- dto. f Lieferanten
- aufgeräumtes Lager, daher guter Verbrauch der eingekauften Materialien
- sorgfältige + bewußte Restevermeidung/Verbrauchsoptimierung
- gute Abfallverwertung
- Wahrnehmung sozialer Verantwortung, u. a. durch Ausbildung

Im Vergleich zu Mitbewerbern ähnlicher Größe halten wir uns für deutlich besser aufgestellt, wenngleich noch deutlich von der Bestmarke entfernt.

## **E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN**

### **E2.1 Leistungen (Relevanz: hoch)**

Der Umfang unseres ehrenamtlichen oder sonstigen gesellschaftlich relevanten Engagements stellt sich wie folgt dar:

- > Mitarbeit im Gesellenprüfungsausschuß (15 h/Jahr=450€)
  - > Mitarbeit im Meisterprüfungsausschuß (40 h/Jahr=1200€)
  - > Lehrlingsausbildung (5000€/Jahr)
  - > Teilnahme am Girls' Day (8 h/Jahr=400€)
  - > Betriebsführungen f Schüler/Kindergärten (5 h/Jahr=150€)
  - > Teilnahme an Mentoringprogrammen f weibl Auszubildende oder
  - > Existenzgründerinnen (25 h/Jahr=750€)
  - > Mitgliedschaft "Förderverein f Aus- und Weiterbildung im Tischlerhandwerk" (200 €)
  - > Mitgliedschaft "Förderverein der EAF Berlin e. V." (200 €)
  - > Restholzsammlung f Kindergärten (50 €)
- = gesamt ca. 8.400 €

Unser Eigeninteresse an all diesen Aktivitäten besteht in folgenden Aspekten:

- > frischer Input durch Erfahrungsaustausch
  - > Netzworkebildung
  - > positives Image
  - > Presse (z. B. Girls' Day m Bundesfamilienministerin; div Artikel in Tageszeitungen + Zeitschriften)
- > Summe entspricht 2,5-3 % des Jahresumsatzes

Es gibt derzeit keine Kooperationen mit Non-Profit-Organisationen

## **E2.2 Wirkungen (Relevanz: hoch)**

Unsere Aktivitäten tragen zur Perspektiveröffnung und zur nachhaltigen Sicherung von beruflicher Bildung bei.

Das ist in Einzelfällen ablesbar, beispielsweise wenn ehemalige Auszubildende nach Jahren vorbeischaun und berichten, daß sie die Ausbildung bei uns als eine wichtige Grundlage für ihre berufliche und persönliche Entwicklung ansehen.

## **E2.3 Intensität (Relevanz: niedrig)**

Für die Themen ist vorrangig die GF zuständig, und sie entscheidet auch über die Mittelvergabe. Die Vision ist, daß Frauen und Männer, Jüngere und Ältere sowie Unerfahrene und Erfahrenere zusammenarbeiten. Daran arbeiten wir seit der Firmengründung (1981).

# **E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN**

## **E3.1 Absolute Auswirkungen (Relevanz mittel)**

Das Thema spielt traditionell eine wichtige Rolle für uns, jedoch verfolgen wir es ohne festgelegte Struktur, sondern mehr „aus dem Bauch“ heraus.

Neben den über den üblichen Hausmüll zu entsorgenden Abfällen und den regelmäßigen Werkstattabfällen, die als „gemischte Werkstattabfälle“ von einem städtischen Entsorgungsunternehmen regelmäßig abgeholt werden, entstehen einige Abfälle, die als Sondermüll behandelt werden:

- Hobelspäne und Schleifstaub
- Lackreste
- Filtermatten (Farbnebel)
- Metallschrott

Die Entsorgung erfolgt von Fall zu Fall nach bestem Wissen und in der Regel innerhalb der geltenden Regeln und Vorschriften.

Derzeit können wir dazu mangels geeigneter Datenerfassung keine weiterführenden Aussagen machen.

In unserem Betrieb gibt es schon lange mehrere Stromschaltkreise, die je nach Bedarf abgestuft eingeschaltet werden. Ein Hauptschalter sorgt dafür, daß außerhalb der Arbeitszeiten keinerlei Strom verbraucht; in den Büro- und Sozialräumen laufen einzelne Anschlüsse weiter (Fax, Kühlschrank, Ladestation f Akkus). Unseren Strom beziehen wir vollständig von Greenpeace Energy eG.

### **E3.2 Relative Auswirkungen (Relevanz: hoch)**

- Für unsere Lackierungen haben wir einen separaten, explosionsgeschützten Raum mit einer modernen Lacknebelabsaugung eingerichtet. Der Lacknebel wird in Filtermatten abgefangen, die regelmäßig gereinigt bzw. ausgetauscht werden. Zur Reduzierung der Lösemittlemissionen spritzen wir seit ca. 15 Jahren im Niederdruckverfahren. Angesichts sich stetig verbessernder Qualität der wasserbasierten Lacksysteme haben wir schon seit längerem bei Neuanschaffungen auf nicht rostende Werkzeuge und Gerätschaften gesetzt und beabsichtigen, mittelfristig "umzusteigen".
- Die Praxis vieler Mitbewerber ist, lösemittelhaltige Lacke mit hohem Oversprayanteil zu verarbeiten und die Emissionen ungefiltert in die unmittelbare Umgebung einzuleiten.
- Wenn wir größere oder viele Produkte ausliefern, mieten wir ein Lieferfahrzeug in passender Größe. Dadurch sparen wir uns Kosten + Stellfläche, und der Umwelt ein herumstehendes Fahrzeug.

### **E3.3 Management und Strategie (Relevanz: hoch)**

Die Produktdatenblätter/Sicherheitsdatenblätter enthalten in der Regel ausreichende Informationen, um Gefährdungen einschätzen zu können. Je nach Einsatzzweck beurteilen wir, ob wir dem/r Auftraggeber\_in zu Alternativen raten.

Der Maxime "Profit" stellen wir in der Regel weitere Maximen, wie z. B. "Umweltschutz" oder "Gesundheitsschutz" oder "Sozialverträglichkeit", mindestens zur Seite, wenn nicht gar voran.

## **E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG**

### **Allgemeines**

Mein Unternehmen will mit guter Handwerkskunst schöne Möbel und Inneneinrichtungen bauen.

Alle, die hier arbeiten, sollen davon leben können (für die Auszubildenden gilt das naturgemäß nur eingeschränkt).

Arbeitszeit ist Lebenszeit – das gilt für die Mitarbeiter\_innen wie für die Chefin.

Leistung ist insofern wichtig, als unser wirtschaftliches Überleben davon abhängt, daß wir alle unsere Kosten durch das, was uns die Auftraggeber\_innen bezahlen, decken können. Der Zusammenhang zwischen wirtschaftlichem Unternehmenserfolg und persönlicher Befähigung und Geschwindigkeit der Mitarbeiter\_innen ist sehr unmittelbar vorhanden.

Aus meiner Sicht hat Kapital aus sich heraus keinen Vermehrungsanspruch. Es soll immer wieder in den Kreislauf einfließen. Das Vergnügen und der Gewinn für die/den, die/der das Kapital gerade in den Händen hat, sollte es sein, über die neue Verwendung des Kapitals zu bestimmen.

Wirtschaftstätigkeit sehe ich als eine kreis- oder spiralförmige Bewegung, und nicht als mehr oder minder lineare Wachstumslinie.

### **E4.1 Außenausschüttung (Relevanz: hoch)**

Es gibt keine externen Eigentümer\_innen, daher auch keinerlei Gewinnausschüttungen an sie.

## **E4.2 Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung**

In der Regel werden Überschüsse zur Deckung von Verlustvorträgen aus Vorjahren verwendet. Bevor sie jedoch überhaupt entstehen, werden Lohnerhöhungen oder andere Möglichkeiten der Mitarbeiterbegünstigung geprüft und umgesetzt sowie ggfs. Investitionen in Arbeitsmittel beschlossen.

Von Fall zu Fall werden private Darlehen teilweise oder ganz vorzeitig zurückbezahlt, um die Eigenkapitalsituation zu stärken.

Der regelmäßige Einsatz von Strom aus zu 100 % erneuerbaren Energien (Greenpeace Energy eG) wirkt strukturell gewinnmindernd oder gar -verhindernd.

## **E5 GESELLSCHAFTLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG**

### **E5.1 Transparenz**

- Firmenphilosophie (Webseite)
- momentan wird in puncto Transparenz und Mitbestimmung nichts weiter gemacht

Da dies unser erster Gemeinwohlbericht ist, liegen keine Vergleichszahlen vor. Sobald unser erster Bericht veröffentlicht werden kann, wollen wir dies allen unseren Kund\_inn\_en in einem Rundschreiben kommunizieren. Auf unserer Homepage werden wir einen entsprechenden Hinweis einfügen, ebenso wie in den Unterzeilen unter unserer Korrespondenz.

### **E5.2 Art und Umfang der Mitbestimmung**

Derzeit können wir dazu keine Aussagen machen.

## **AUSBLICK**

### **KURZFRISTIGE ZIELE**

Klarwerdung über das, was wir gewohnheitsmäßig tun und warum wir es tun.

Erkennen von Potentialen zur Verbesserung des Ist-Zustandes.

Kommunikation in Richtung Auftraggeber\_innen, um nicht sicht-/greifbare Werte unserer Produkte/Dienstleistungen sicht- bzw. greifbar zu machen und somit die dafür entstehenden Kosten zu rechtfertigen.

## LANGFRISTIGE ZIELE

Mit dem Einstieg in die Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie beabsichtigen wir, unsere wirtschaftliche Position zu sichern und hoffen, die Kraft der großen Idee zu verstärken.

## BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Die Erstellung des ersten Gemeinwohl-Berichts lag in den Händen der Chefin. Einen guten Teil der betrieblichen Kennzahlen hat Manfred Böswarth, der für die Buchhaltung zuständige Mitarbeiter, zugearbeitet.

Wertvolle Impulse kamen aus der Peer-Gruppe, Dr. Mathias Eigenbrodt und Prof. Dr. Hartmut Rein, sowie von deren Moderatorinnen, Lucie Lewandowski und Johanna Paul.

Die Erstellung des Berichts erstreckte sich über einen Zeitraum von vierzehn Wochen, d. h. vom 26.1. – 3.5.2015.



Zusätzlich zu den Seminarzeiten (5 Termine à 4 Stunden, 1 Termin à 8 Stunden und die Fahrzeiten = 35 Stunden) habe ich geschätzte 40 Stunden für die Zusammenstellung der Aussagen aufgewendet. Unter Hinzurechnung der 5 Stunden von Manfred Böswarth für seine Zuarbeit ist insgesamt ein Aufwand von ca. 80 Personenstunden entstanden.

Meine Mitarbeiter\_innen sind darüber informiert, daß ich die Peer-Evaluierung für unseren Betrieb mache und einen Gemeinwohl-Ökonomiebericht erstelle. Sie stehen dem Thema grundsätzlich aufgeschlossen gegenüber, wissen allerdings bisher nur wenig zu den Zielsetzungen, Prozessen und Details.

Die Peer-Evaluierung wird daher Thema unseres nächsten betriebsinternen Workshops sein.

Berlin, 3. Mai 2015