
GEMEINWOHL-BERICHT

UNTERNEHMEN

ALLGEMEINE INFOS

- *Firmenname:*
klasse idee gGmbH
- *Branche:*
Betrieb des Naturfreundehauses Hannover (Schullandheim, Jugendgäste- und Seminarhaus);
Veranstaltung von Klassenfahrten, internationalen Jugendbegegnungen, Ferienfreizeiten
- *Anzahl der MitarbeiterInnen (Vollzeitäquivalent):*
5,75 MitarbeiterInnen „klass.“ Beschäftigungsverhältnis
3 Außenarbeitsplätze für Menschen mit Beeinträchtigung
1 Ausbildungsplatz für Menschen mit Lernbehinderung im 3. Ausbildungsjahr
1,25 Freiwilligendienstleistende
- *Umsatz:*
498.000 €
- *Gewinn:*
Überschuss 800 €
- *Töchtergesellschaften/ verbunden Unternehmen:*
keine
- *Sitz + Homepage:*
Hermann-Bahlsen-Allee 8
30655 Hannover
Tel. 0511 691493
www.naturfreundehaus-hannover.de
- *Berichtszeitraum:*
2013 (erstmaliger Berichtszeitraum)

TÄTIGKEITSBEREICH

Bitte stellen Sie Ihr Unternehmen hier vor mit allem, was Ihnen wichtig erscheint.

Wichtig ist hier auch eine genauere Aufschlüsselung der Produkte/ Dienstleistungen

| Produkte/ Dienstleistungen | Anteil am Umsatz |
|-------------------------------------|------------------|
| Einnahmen aus Übernachtungen | 55% |
| Einnahmen aus Verpflegung/Getränken | 40% |
| Einnahmen aus Programmangeboten | 3% |
| Einnahmen Sonstige | 2% |

DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Intention des Unternehmens und Bezug zur Gemeinwohl-Ökonomie.

Für unsere Firmenphilosophie ist ein am Gemeinwohl ausgerichtetes Handeln Handlungsmaxime. Dieses verdeutlicht auch der Status der Gemeinnützigkeit. Gemeinwohlorientiertes Handeln ist bzw. sollte unserer Meinung nach für alle Unternehmen Grundlage sein, da nur so ein weltweit nachhaltiges Miteinander gewährleistet werden kann.

Zusammenfassung der bisherigen Aktivitäten (vor Gemeinwohl-Bilanz, im letzten Jahr)

- intensive Beschäftigung mit Möglichkeiten eines ethisch angemessenen Wirtschaftens
- Vorschlag bei P19 (freiwilliges Gremium zur nachhaltigen Weiterentwicklung der Naturfreundehäuser in Dtl.), die ähnlichen Werte der Gemeinwohl-Ökonomie und der Naturfreundehäuser stärker darzustellen, indem möglichst viele Naturfreundehäuser einen Gemeinwohl-Bericht erstellen.

Ansprechperson für die GWÖ + Kontaktdaten

Alexander Thron, Geschäftsführer der Klasse Idee gGmbH

Adresse: siehe vorne

mail: alexander.thron@naturfreundehaus-hannover.de

Zuordnung zu welchen Energiefeld/Regionalgruppe + Beschreibung des GWÖ-Engagements des Unternehmens

Energiefeld Hannover; Im Jahr 2013 nur über den mail-Verteiler in Kontakt. Hierüber entstand der Kontakt zu Georg Nagele, der uns bei der Erstellung des Berichtes half und die PeerGroup begleitete.

TESTAT

TESTAT : PEER EVALUIERUNG

GEMEINWOHL-
BILANZ 2013

Für: klasse idee gGmbH
Begleitet von: Georg Nagels + Ulrike Topfer



| WERT BERÜHRUNGSGRUPPE | Menschenwürde | Solidarität | Ökologische Nachhaltigkeit | Soziale Gerechtigkeit | Demokratische Mitbestimmung & Transparenz | |
|--|--|---|--|--|---|------|
| A) Lieferantinnen | A1: Ethisches Beschaffungsmanagement | | | | | 30 % |
| B) GeldgeberInnen | B1: Ethisches Finanzmanagement | | | | | 70 % |
| C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen | C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 40 % | C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 60 % | C3: Förderung ökologischer Verhalten der MitarbeiterInnen 40 % | C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 40 % | C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 10 % | |
| D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmer | D1: Ethische Kundenbeziehung 50 % | D2: Solidarität mit Mitunternehmern 60 % | D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 40 % | D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 70 % | D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 50 % | |
| E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Sozialer, ökologischer, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur | E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 60 % | E2: Beitrag zum Gemeinwesen 30 % | E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 50 % | E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 100 % | E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 10 % | |
| Negativ-Kriterien | Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte 0 | Ferndiebstahl 0 | Registrierte Umweltbelastungen 0 | Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens 0 | Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter 0 | |
| | Mehrfachverpackte Produkte, z.B. Tretminen, Abwasser, GMO 0 | Sperrpreise 0 | Vorsätze gegen Umweltauflagen 0 | Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung bei Gewinn 0 | Verhinderung eines Betriebsrats 0 | |
| | Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen 0 | Dumpingpreise 0 | Gedörrte Obstlebensmittel (keine Produkte) 0 | Umgehung der Steuerpflicht 0 | Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbying / Eintragung in das EU-Lobbyregister 0 | |
| | | | | Ungerechtere Verteilung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter 0 | Exzessive Einkommensspreizung 0 | |

Mit diesem Testat wird die Peer-Evaluierung des Gemeinwohl-Bereiches 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-ökonomie.org

Testat gültig bis: **30.09.2016** **BILANZSUMME 462**

A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen (Relevanz: hoch) – Status: Fortgeschritten (30%)

Auflistung aller Ausgabenposten

| Ausgabenposten + % der Ausgaben | Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale) Bewertung |
|---------------------------------|--|
| Lebensmittel/ Getränke (22%) | <p>Obst und Gemüse werden von einem regionalen Lieferanten geliefert (Anteil 10%). Soziale und ökologische Kriterien spielen keine wesentliche Rolle.</p> <p>Getränke (Bier, Wein, alkoholfreie Softdrinks in Bioqualität – Anteil 5 %) werden über den ökologischen Großhändler Kornkraft geliefert. Dieser im norddeutschen Raum agierende Händler engagiert sich in allen Nachhaltigkeitsbereichen und veröffentlicht seine jährlichen Bestrebungen im "BNN-Nachhaltigkeitsmonitor".</p> <p>Alle weiteren Produkte (Anteil 85%) stammen von MIOS Großhandel GmbH (Tochter der Edeka Gruppe) bis ca. Mai 2013, danach von der Firma Citti (ab 2014: ChefsCulinar). Während die Edeka Gruppe im Bereich der (ökologischen) Nachhaltigkeit erste ernstzunehmende Schritte in Zusammenarbeit mit dem WWF unternimmt, fehlen bei ChefsCulinar diesbezügliche Ansätze. Soziale Standards scheinen bei beiden Firmen eher im „Nötigen“ als „Machbaren“ zu liegen, beide Firmen sind deutschlandweit tätig mit jeweiligen regionalen Organisationsstrukturen.</p> |
| Instandhaltungsarbeiten (18%) | <p>Instandhaltungsarbeiten werden von regionalen Handwerkern ausgeführt. Im Vordergrund steht hierbei die Qualität der Dienstleistungen; soziale und ökologische Bestrebungen können nur durch „Beobachtung“ beurteilt werden und scheinen zumindest den gesetzlichen Mindeststandards zu entsprechen.</p> |
| Pacht (11%) | <p>Die Pachtzahlungen gehen an einen gemeinnützigen Verein als Eigentümer (Naturfreundejugend Dtl. e.V.). Dieser widmet sich aufgrund seiner Satzungszwecke sozialen, ökologischen und gemeinwohlorientierten Themenbereichen.</p> |
| Gas, Wasser, Strom (11%) | <p>Wasser wird über die Stadtwerke Hannover AG bezogen (Bezugszwang). Aufgrund kommunaler Besitzverhältnisse können soziale und ökologische Mindeststandards erwartet werden – $\frac{3}{4}$ der erwirtschafteten Gewinne kommen dem örtlichen Gemeinwesen zugute.</p> <p>Strom wird von einem der wenigen reinen Ökostromanbietern in Dtl. bezogen (Naturstrom AG – einer Bürgerenergiegesellschaft in Form einer Aktiengesellschaft). Dieser arbeitet selbst nach ökologisch und sozial nachhaltigen Prinzipien.</p> <p>Gas beziehen wir über die Pfalzwerke AG, einem regionalen Energieversorger des Bezirksverbands Pfalz, Kaiserslautern (Mehrheitsanteil). Auch hier lassen die Besitzverhältnisse soziale und</p> |

| | |
|-------------------------|---|
| | ökologische Mindeststandards erwarten. Der gewählte ÖkoGas-Tarif unterstützt Klimaschutzprojekte um die durch Gasverbrennung entstehenden Treibhausgase an anderer Stelle einzusparen. |
| Programmangebote (6,5%) | Wir arbeiten ausschließlich mit gemeinnützigen, regionalen Programmpartnern für unsere Bildungsangebote zusammen. Die beiden größten, für ca. 95% der Kosten verantwortlichen Partner (Naturfreundejugend Hannover und Naturfreundejugend Nds.) stehen für ähnliche Werte und gemeinwohlorientiertes Handeln wie wir. |
| Beiträge: (4 %) | Die Beiträge (Naturfreunde, Schullandheime, Parit. Wohlfahrtsverband) unterstützen die gemeinwohlorientierte Arbeit der entsprechenden Verbände und dienen somit auch unseren gemeinwohlorientierten Satzungszwecken. |

Kurzfristige Ziele für 2014: im Bereich der Lebensmittel sollen o.g. Aspekte verstärkt berücksichtigt werden – angestrebt wird hier 50% vom Umsatz

Mittel- bis langfristige Ziele: Steigerung o.g. Aspekte im Bereich Lebensmittel auf ein Maximum, Überprüfung der Machbarkeit/Sinnhaftigkeit einer Bio-Zertifizierung. Überprüfung der Produkte im Bereich Hausreinigung auf o. g. Aspekte in einer systematischen Form

Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekauften P/D und Prozesse zur Sicherstellung (Relevanz: mittel) – Status: Fortgeschritten (20%)

Die Mehrheit der zugekauften Produkte und Dienstleistungen werden auf ihre nachhaltigen bzw. gemeinwohlorientierten Rahmenbedingungen durchleuchtet, wenn auch nicht systematisch. Zum Teil bilden hier persönliche Vorkenntnisse eine Entscheidungsbasis, zum Teil werden auch diesbezügliche Informationen gezielt eingeholt. Eine Integration in das Vertragswesen spielt bei uns keine Rolle, da wir uns auf die Informationen des jeweiligen Partners verlassen und wir versuchen, alle Risikomerkmale kritisch zu hinterfragen.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: systematische Etablierung entsprechender Prozesse bei allen relevanten Produkten, mehr Möglichkeiten der Überprüfbarkeit durch validiertere Entscheidungsmerkmale/ Vorgaben

Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung (Relevanz: niedrig) – Status: Erfahren (50%)

Wir verzichten auf rein preisgetriebene Beschaffungsprozesse und ein vom Einkaufspreis abhängiges Bonussystem für den Einkäufer. Vielmehr versuchen wir uns mit den wichtigsten Partnern aktiv über langfristige und kooperative Beziehungen zu verständigen. Die Bestandteile eines ethischen Beschaffungswesens tauchen in Mitarbeitergesprächen immer wieder auf, werden jedoch nicht systematisch und regelmäßig evaluiert.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: festere Verankerung der Rahmenbedingungen einer fairen Preisbildung in allen relevanten Abteilungen, Suche nach innovativen Lösungsansätzen

Institutionalisierung (Relevanz: mittel) – Status: Vorbildlich (90%)

Bei allen Geschäftsaktivitäten wird, wo immer möglich, mit einem ethisch-nachhaltigem Finanzmanagement gearbeitet. Es fehlt jedoch noch eine Festsetzung dieses im Leitbild.

Kurzfristige Ziele für 2014: Eine Verankerung im Leitbild muss überdacht werden, um dieses nicht durch zu viel Inhalt zu überfrachten und zu sehr ins Detail zugehen

Mittel- bis langfristige Ziele: wenn Optimierungen möglich, werden diese angegangen

Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters (Relevanz: niedrig) – Status: Vorbildlich (80%)

Auflistung der Finanzdienstleister

| | |
|---------------------------|---|
| In % vom Umsatz | Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister |
| 100 | GLS Gemeinschaftsbank eG |
| Nur für Bargeldeinzahlung | Volksbank Hannover |

Bei der GLS Gemeinschaftsbank eG handelt es sich um einen ausschließlich ethisch-nachhaltigen Finanzdienstleister. Bei der Volksbank Hannover handelt es sich um die beste Schnittmenge zwischen einer Bank mit Blick auf ethisch-nachhaltige Geschäftspraktiken (Genossenschaftsbank), einer Bank mit einem Geldeinzahlautomaten (24 h Verfügbarkeit) und einer akzeptablen Nähe bzw. auf dem Weg liegend zum Firmensitz.

Kurzfristige Ziele für 2014: sollte eine Filiale der GLS-Bank in Hannover in Reichweite des Firmensitzes eröffnen, werden wir diese zur Geldeinzahlung nutzen

Mittel- bis langfristige Ziele: wenn Optimierungen möglich, werden diese angegangen

Gemeinwohlorientierte Veranlagung (Relevanz: hoch) – Status: Erfahren (50%)

Auflistung der Kapitalanlagen

| | |
|----------------------|---|
| In % der Veranlagung | Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister |
| 100 | GLS Gemeinschaftsbank eG |
| | |

Die GLS Gemeinschaftsbank eG bietet unterschiedliche Möglichkeiten der Zweckbindung der Anlagen (alle ethisch-nachhaltig). Alle sind mit den Zielen der Klasse Idee gGmbH vereinbar. Darum wurde keine Priorisierung vorgenommen.

Da die Erträge auf das Tagesgeld unterdurchschnittlich sind, kommt die Anlage hier einem teilweisen Zinsverzicht bei der Veranlagung gleich.

Kurzfristige Ziele für 2014: Verzicht auf Zinsen beim Tagesgeld zur Förderung anderer gemeinwohlorientierter Firmen/Institutionen

Mittel- bis langfristige Ziele: wenn Optimierungen möglich, werden diese angegangen

Gemeinwohlorientierte Finanzierung (Relevanz: niedrig) – Status: Erfahren (60%)

Auflistung Eigen- und Fremdkapital-Anteil

| | |
|--------------|----------------------------|
| Eigenkapital | 100 %-Anteil Gesamtkapital |
| Fremdkapital | 0 %-Anteil Gesamtkapital |
| | |

Auflistung Aufteilung der Finanzierungsformen/ Fremdkapitals

| In % der Finanzierung | Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister |
|-----------------------|---|
| | |
| | |

2013 waren keine Mittel für eine Finanzierung notwendig

Kurzfristige Ziele für 2014: voraussichtlich kein Finanzierungsbedarf

Mittel- bis langfristige Ziele: sollte Finanzierung benötigt werden, soll diese gemeinwohlorientiert erfolgen

C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

Allgemeines

Allgemeine Kennzahlen

- Aufschlüsselung aller Beschäftigten nach Beschäftigtengruppe, Beschäftigungsverhältnis (Art des Arbeitsvertrages) und nach Geschlecht

| Beschäftigte 2013 | Frauen | Männer | gesamt |
|---|---------------|---------------|---------------|
| Geschäftsleitung, Vollzeit, unbefristet, | 1 | 1 | 2 |
| Stellvertr. Betriebsleitung, Vollzeit, unbefristet | 1 | | 1 |
| Küchenleitung, Vollzeit, unbefristet | | 1 | 1 |
| Leitung Raumpflege und Mitarbeit Küche, Teilzeit, unbefristet | 2 | | 2 |
| Raumpflege, Teilzeit, unbefristet | 2 | | 2 |
| Außenarbeitsplätze der Lebenshilfe Seelze e.V., alle Arbeitsbereiche, Vollzeit (6,75/Std./Tag), unbefristet | 1 | 2 | 3 |
| Freiwilligendienst (FSJ, BFD), Vollzeit, befristet aufgrund des Charakters der Stelle | 1 | 1 | 2 |
| Auszubildende im praktischen Ausbildungsjahr,* 3 von 5 Tagen im Betrieb, befristet aufgrund des Charakters der Stelle | 1 | | 1 |
| Gesamt | 9 | 5 | 14 |

* Die Ausbildung der Auszubildenden läuft über den Träger Ländliche Erwachsenenbildung in Nds. e.V. – das (letzte) praktische Ausbildungsjahr findet bei der Klasse Idee gGmbH statt

- Fehlzeiten nach Beschäftigtengruppen und – wenn anwendbar – Standort, im Branchenvergleich
Die durchschnittlichen Fehlzeiten liegen real bei ca. 10 Tagen, „bereinigt“ um die Fehlzeiten von 2 Arbeitnehmern mit chronischen Erkrankungen beträgt diese 4 Tage.
Im Vergleich/ergänzend liegen folgende Informationen vor:
 - Techniker Krankenkasse aus 2012 für Dtl.: 14 Tage/Jahr.
 - Krankenkasse KKH-Allianz im Südwesten bei Raumpflegerinnen 2011: 23 Tage/Jahr; dazu passt der Gesundheitsbericht der Hansestadt Bremen für 2012, der Raumpflegerinnen einen sehr hohen Krankheitsstand attestiert
- Hierarchieebenen mit Anzahl der Mitarbeitern pro Hierarchieebene und Diversitätskennzahlen (Frauenquote/ Behindertenquote)

| Hierarchieebene | | Frauen | Männer | Behinderung |
|------------------------|------------------------------|---------------|---------------|--------------------|
| 1 | Geschäftsleitung | 1 | 1 | |
| 1 | Stellvertr. Betriebsleitung, | 1 | | |
| 2 | Bereichsleitung Küche | | 1 | |
| 2 | Bereichsleitung Reinigung | 2 | | |
| 3 | Mitarbeiter | 4 | 4 | 3 |
| | Gesamt | 8 | 6 | 3 |

➤ Personalfluktuaton:

Während der Zeit seit Gründung der Firma (3 Jahre) gab es 4 Personen, die den Betrieb verlassen haben (2x Kündigungen, da das Profil der Arbeitsstelle und des Arbeitnehmers zu weit auseinander lagen und 1x Kündigung, da der Arbeitnehmer chronisch erkrankt ist) und 1x Arbeitnehmer ging in Elternzeit. Kündigungen seitens Mitarbeiter liegen nicht vor.

Mitarbeiter orientierte Organisationskultur und -strukturen (Relevanz: mittel) – Status: Fortgeschritten (30%)

Klarheit über Aufgaben und Verantwortlichkeiten (und ihre Grenzen):

Es gibt je nach Arbeitsbereich anfängliche bis detaillierte Zuschreibungen von Aufgaben und Verantwortlichkeiten. Für einen geringen Teil der Mitarbeiter liegen detaillierte Stellenbeschreibungen vor.

Wertschätzungskultur, Führungskultur, konstruktiver Umgang mit Problemen:

Allen hier genannten Bereichen wird im Betrieb ein hoher Stellenwert eingeräumt. Neben dem Wollen aller Beteiligten gibt es jedoch noch Defizite im Bereich Personalführung und dem Umgang der Mitarbeiter untereinander.

Kommunikationskultur inkl. MA-Befragungen und Aus- und Weiterbildung:

Die Kommunikation im Naturfreundehaus läuft zumeist direkt und informell. Es gibt allerdings auch ein wöchentliches Jour Fixe, das auch protokolliert wird, sodass auch nicht Anwesende (Teilzeit!) informiert sind.

Eine anonyme, schriftliche Befragung aller Mitarbeiter fand 2013 statt. Die Ergebnisse mit Verbesserungsmöglichkeiten wurden im Plenum diskutiert.

Externe Fortbildungen der Mitarbeiter sind auf Wunsch möglich und wurden von der Geschäftsleitung und den Abteilungsleitern (in geringem Umfang) in Anspruch genommen. Seitens der Geschäftsleitung wird darüber hinaus ein intensiver Austausch mit Einrichtungen ähnlicher Art gepflegt und Veranstaltungen besucht, die für eine Optimierung der Unternehmensziele als sinnvoll erachtet werden.

Es fand zudem ein 2-tägiger Betriebsausflug in ein anderes Naturfreundehaus statt, was zum einen für interne Schulungen genutzt wurde und zum anderen allen Beteiligten die Möglichkeit gab, über den „Tellerrand“ hinaus zu schauen.

Kurzfristige Ziele für 2014: weitere Arbeit vor allem im Bereich der Festlegung von Aufgaben und Verantwortlichkeiten; da ein hoher Anteil von Hilfskräften in verschiedenen Bereichen arbeitet, ist dieses sehr schwer. Herausarbeiten entsprechender Strukturen, die ein hohes Maß an Zufriedenheit erreichen

Mittel- bis langfristige Ziele: wie kurzfristig – es handelt sich um einen fortwährenden Prozess, der stark im Vordergrund unseres Handelns steht

Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik (Relevanz: mittel) – Status: erste Schritte (10%)

Die Firmenpolitik sieht eine bestmögliche Bezahlung ihrer Mitarbeiter vor, d.h. aber auch unter der Berücksichtigung der „Bedürfnisse“ aller weiteren Berührungsgruppen.

Die Gehälter liegen für alle im niedrigen bis mittleren Bereich. Sie liegen, unter Einbeziehung einer freiwilligen, d.h. an der finanziellen Möglichkeit der Firma orientierten Jahresprämie, für die am geringsten qualifizierten Mitarbeiter um den aktuell diskutierten Mindestlohn von 8,50 €. Für einige Mitarbeiter wird ein Zuschlag für Arbeitszeiten an Sonn- und Feiertagen bezahlt (50%).

Die Vergütung der Freiwilligendienstler liegt im oberen Bereich der gängigen Entlohnung. Die Auszubildende erhält eine freiwillige Anerkennung von 100,00 €/Monat. Die Mitarbeiter mit Beeinträchtigung von der Lebenshilfe Seelze erhalten eine für diesen Arbeitsplatz übliche Entlohnung am oberen Ende.

Eine anonyme und freiwillige Befragung der Mitarbeiter hinsichtlich ihrer Einschätzung eines angemessenen Lohnes ergab folgendes Ergebnis:

| | Zu niedrig | Genau richtig | Zu hoch |
|-------------------------------|------------|---------------|---------|
| Lohn in Bezug auf Tätigkeiten | 1 | 9 | |
| Lohn in Bezug auf Arbeitszeit | 5 | 6 | |
| Sonderzahlungen | | 8 | |
| Lohn in Bezug auf Ausbildung | 3 | 5 | |

Kurzfristige Ziele für 2014: Schaffung von Transparenz der Gehälter

Mittel- bis langfristige Ziele: Durch kollektive Einbindung aller Mitarbeiter gemeinschaftliche Festlegung der Gehälter unter Berücksichtigung möglichst vieler differenzierter Merkmale wie Arbeitsleistung, sozialer Umstände, Kinder, Verantwortung, Innovationen etc.

Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/ flexible Arbeitszeiten (Relevanz: mittel)

– Status Arbeitsschutz/Gesundheitsförderung: erste Schritte (10%)

– Status flexible Arbeitszeiten: Erfahren (50%)

Arbeits- und Gesundheitsschutz wird nach besten Möglichkeiten und Wissen aller Beteiligten gewährleistet. Rückkopplungen zu Verbesserungsmöglichkeiten aus der Mitarbeiterbefragung wurden berücksichtigt. Bisher ist es auch zu keinen (größeren) Arbeitsunfällen gekommen. Es gibt keine Langzeitkrankenstände aufgrund der beruflichen Tätigkeit (aus persönlichen Gründen schon) oder Frühpensionierungen.

Es gibt keine (standardisierten) Angebote zur freiwilligen betrieblichen physischen oder psychischen Gesundheitsvorsorge, da diese (noch) nicht nachgefragt wurden. Es gibt jedoch seitens der Abteilungs- und Geschäftsleitung einen aktiven Blick auf das Wohlergehen der Mitarbeiter. Diesbezüglich werden auch regelmäßige Feedbackgespräche geführt. Für die Mitarbeiter mit Beeinträchtigung gibt es vierteljährliche intensive Gespräche der Geschäftsleitung zusammen mit einem Mitarbeiter der Lebenshilfe Seelze e.V.

Aufgrund der Mitarbeiterstruktur (viele Menschen mit einem gewissen „Betreuungsbedarf“) und den Anforderungen des Betriebes (viele sehr unterschiedliche Arbeitsbereiche zu notwendigen festen Zeiten) ist die Schaffung flexibler Arbeitszeiten nur eingeschränkt möglich. Diese werden jedoch individuell im Rahmen der Möglichkeiten zur Aufrechterhaltung des Betriebes ausgeschöpft.

Bei der Dienstplangestaltung wird jeweils nach der Ideallösung zur Umsetzung aller Wünsche gestrebt. Hierfür wird viel Arbeitszeit investiert. Es werden Dienstpläne für vier Wochen erstellt; dieses geht weit über den Branchenstandard hinaus.

*Kurzfristige Ziele für 2014: Ausloten weiterer Möglichkeiten für o.g. Punkte
Mittel- bis langfristige Ziele: Ausloten weiterer Möglichkeiten für o.g. Punkte*

Gleichstellung und Diversität (Relevanz: mittel) – Status: Vorbildlich (75%)

Aussagen zu Fluktuationen, Rückkehrquoten nach Elternzeit und Beförderungen von Frauen im gebärfähigen Alter können nicht getroffen werden, da diese noch nicht erfolgten.

Frauen und Männer sind in allen Hierarchien gleichgestellt. Der Anteil der Frauen ist allerdings höher als der der Männer (branchenüblich).

Der Anteil der Mitarbeiter mit Beeinträchtigung liegt weit über dem Branchendurchschnitt, was ausdrücklich von der Geschäftsführung gewünscht und gefördert wird.

Gedanken eines inklusiven Menschenbildes werden gelebt und Maßnahmen zur Optimierung wahrgenommen.

Kurzfristige Ziele für 2014: systematischere Herangehensweise durch Unterstützung in Form von Hilfe von außen im Bereich Inklusion, um eine weitere Akzeptanz und Verständnis untereinander zu erhalten

Mittel- bis langfristige Ziele: wie oben, Ermittlung weiterer notwendiger Schritte zur Optimierung

C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT

Senkung der Normalarbeitszeit (Relevanz hoch) – Status: Erfahren (50%)

Verträge mit Überstundenpauschalen gibt es nicht. Im Jahresdurchschnitt werden die Überstunden für Bereichsleiter und Mitarbeiter über ein Stundenkonto ausgeglichen und liegen bei null. Für die Geschäftsleitung jedoch liegt die Jahresarbeitszeit (ohne finanziellen Ausgleich) bei ca. 15 Std./Woche p. P. über dem Soll. Um diese Überstunden abzubauen erfolgten Neueinstellungen.

*Kurzfristige Ziele für 2014: weitest gehender Abbau von Überstunden durch die Geschäftsleitung
Mittel- bis langfristige Ziele: keine Überstunden mehr – bei finanzieller Möglichkeit Senkung der Wochenarbeitsstunden (diesem Gedanken wird wenig reale Umsetzungsmöglichkeit beigemessen)*

Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei adäquater Bezahlung) (Relevanz: mittel) – Status: Vorbildlich (90%)

Anteil Teilzeit-Arbeitsmodelle:

Die Geschäftsführung ermöglicht für alle Funktionen den zuständigen Mitarbeitern Teilzeitarbeit. Ausnahme davon sind vier Positionen (Geschäftsleitung, stellv. Betriebsleitung, Küchenleitung). Das entspricht einer maximal möglichen Teilzeitquote von 70%. Genutzt wird dies aktuell von 30% aller Mitarbeiter.

Einsatz von Zeitarbeit:

Zeitarbeiter werden nicht eingesetzt.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht bedacht

Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit (Relevanz: mittel) – Status Fortgeschritten (30%)

Wir alle sind uns bewusst was für ein knappes Gut Zeit ist. Deswegen liegt oberste Priorität bei der Erarbeitung von Dienstplänen, bei denen individuelle Wünsche bestmöglich berücksichtigt werden und die für einen ganzen Monat im Voraus erstellt werden. So kann jeder Mitarbeiter sein privates Leben bestmöglich mit seiner Arbeit in Einklang bringen. Hierzu sind wir regelmäßig im Gespräch, auch um die Belastung von sehr unvorteilhaften Arbeitsschichten wie am Sonntag zum einen zu minimieren und zum anderen gerecht zu verteilen.

Kurzfristige Ziele für 2014: verstärkter Fokus auf diesem Gebiet, Erarbeitung weiterer notwendiger Strukturen

Mittel- bis langfristige Ziele: verstärkter Fokus auf diesem Gebiet, Erarbeitung weiterer notwendiger Strukturen

C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

Ernährung während der Arbeitszeit (Relevanz: hoch) – Status: Erfahren (50%)

Kennzahlen/ wichtige Daten

| | Teilweise vegetarisch/vegan | Mehrheitlich veget./vegan | ausschließlich veget./vegan | Bio-Anteil (in %) |
|--|---|---------------------------|-----------------------------|-------------------|
| Angebote im Unternehmen (% uale Verteilung) | kaltes Essen; hier Auswahl auch an Aufschnitt | | warmes Essen | 10 |
| Tatsächliches Verhalten der MA (% uale Verteilung) | 50 | | 50 | 10-20 |

Die Mitarbeiter haben die Möglichkeit an der von der Küche für Gäste angebotenen Verpflegung teilzunehmen (Preis: steuerlich festgelegte Sachbezugswerte). Hier wird ausschließlich vegetarisch/vegan gekocht. Es wird Wert auf eine hohe Fertigungstiefe und vermehrt auch auf saisonale und regionale Lebensmittel gelegt; jedoch nur zu einem geringen Anteil aus ökologischen Anbau.

Für Aufschnitte wird überwiegend Fleisch aus artgerechter Tierhaltung eingesetzt.

Honig wird von eigenen Bienen auf dem Grundstück produziert (reicht nicht für das ganze Jahr – dann Zukauf von Honig aus Hannover/Umland).

Jeder Mitarbeiter hat jedoch volle Verantwortung für seinen Ernährungsstil und wird nicht dazu „genötigt“ an der angebotenen Verpflegung zu partizipieren. Wir sehen das von der Einrichtung angebotene Essen jedoch als Ideengeber und Bewusstseinsbildung für unsere Mitarbeiter für eine ethisch-nachhaltigere Lebensweise (auch in Hinblick auf zukünftige Verbesserungen).

Kurzfristige Ziele für 2014: keine weiteren relevanten Maßnahmen angedacht

Mittel- bis langfristige Ziele: Essen wird für alle kostenfrei angeboten

Mobilität zum Arbeitsplatz (Relevanz: hoch) – Status: Fortgeschritten (30%)

Die meisten Mitarbeiter nutzen für die Fahrt zum Arbeitsplatz das Fahrrad oder den öffentlichen Nahverkehr. Dies liegt weniger an einer Vorgabe durch die Geschäftsführung als aus Kostengründen und der allgemeinen Haltung der eingestellten Mitarbeiter zur Mobilität.

Die dauerhafte Nutzung eines Privat-PKW erfolgt nur durch einen Mitarbeiter, der aufgrund seines Wohnortes mit dem Auto 20 Min. benötigt, mit dem ÖPNV 80 Min. (reine Fahrzeit + 40 Fußweg).

Es gibt keine Dienstfahrzeuge.

Dienstreisen werden meistens mit dem ÖPNV erledigt, kleinere Einkäufe mit dem PKW (Transportfunktion f. Waren)

Kurzfristige Ziele für 2014: keine weiteren relevanten Maßnahmen angedacht

Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht bedacht

Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse (Relevanz: mittel) – Status: Fortgeschritten (30%)

Die Geschäftsführung lebt ökologisches Verhalten vor.

Die Förderung ökologischen Verhaltens ist schon im Namen und in den Leitsätzen des Naturfreundehauses und der Dachorganisation der „Naturfreunde“ vorgesehen. Bei vielen Überlegungen zu Optimierungen spielen ökologische Gedanken eine Rolle.

Kurzfristige Ziele für 2014: fortwährende Sensibilisierung durch Vorleben und Erklären

Mittel- bis langfristige Ziele: fortwährende Sensibilisierung durch Vorleben und Erklären

C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen (Relevanz: hoch) – Status: Vorbildlich (70%)

Die Spreizung der Löhne und Gehälter der Führungskräfte zu den Mitarbeitern mit den geringsten Löhnen ist vergleichsweise gering und liegt bei einem Faktor von etwa 2,5 - unter Einbeziehung der unbezahlten Überstunden bei einem Faktor von 2,0.

*Kurzfristige Ziele für 2014: keine Veränderung angedacht
Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht bedacht*

Mindesteinkommen (Relevanz: mittel) – Status: (0%)

Das Einkommen der niedrigsten Löhne liegt bei ca. 1.450 € brutto (inkl. Einmalzahlungen). Der Nettolohn liegt damit je nach Anzahl der Kinder und der Steuerklasse zwischen ca. 1.070 € und 1.160 €. Es liegt somit unter dem vorgeschlagenen Mindest-Nettoeinkommen von 1.330 €, welches für ein die soziale Teilhabe ermöglichendes Einkommen liegt (Quelle: Referenzbudgets der ASB - Dachorganisation der staatlich anerkannten Schuldnerberatungen in Österreich).

Einkommen der Freiwilligendienstler, Außenarbeitsplätze für Menschen mit Beeinträchtigungen und Ausbildungsplätze sind hier aufgrund ihrer Besonderheit der Beschäftigung außen vor.

*Kurzfristige Ziele für 2014: Ermöglichung des Mindest-Nettoeinkommens
Mittel- bis langfristige Ziele: verstärkte Orientierung am Notwendigen wie Anzahl der zu versorgenden Kinder etc.*

Transparenz und Institutionalisierung (Relevanz: niedrig) – Status: (0%)

Es liegt keine Transparenz sowohl nach innen als auch nach außen über die gezahlten Gehälter vor.

*Kurzfristige Ziele für 2014: innerbetriebliche Transparenz
Mittel- bis langfristige Ziele: ob eine zusätzliche Transparenz nach außen gewollt wird, muss noch erarbeitet werden*

C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

Grad der Transparenz (Relevanz: niedrig) – Status: (0%)

Es liegt keine innerbetriebliche Transparenz zu sensiblen Daten vor.

Kurzfristige Ziele für 2014: Erörterung, welche sensiblen Daten es gibt und wer zu welchen Daten kurzfristig Zugang haben soll

Mittel- bis langfristige Ziele: Offenlegung aller Daten

Legitimierung der Führungskräfte (Relevanz: mittel) – Status: erste Schritte (10%)

Bei der Auswahl von Führungskräften werden schon im Unternehmen befindliche Führungskräfte und weitere Mitarbeiter, von denen man sich relevante Aussagen zur Entscheidungsfindung erhofft, konsultiert und Meinungen ausgetauscht.

Kurzfristige Ziele für 2014: Gemeinschaftliche Entscheidung für die Einstellung von Führungskräften zusammen mit der stellvertretenden Hausleitung

Mittel- bis langfristige Ziele: aufgrund weniger Mitarbeiter (und davon noch viele Hilfskräfte) und auch weniger Führungskräfte ist eine komplette gemeinschaftliche Entscheidung schwierig – es sollen aber Maßnahmen für eine bestmögliche Legitimierung erarbeitet werden

Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen (Relevanz: hoch) – Status: erste Schritte (10 %)

Wichtige Entscheidungen, die Auswirkungen auf die Mitarbeiter haben, werden entweder im Vorfeld „nur“ vorgestellt oder auch die Mitarbeiter um Mithilfe bei der Entscheidungsfindung gebeten. Es gibt jedoch kein Recht auf Mitbestimmung.

Kurzfristige Ziele für 2014: verstärkte Mitbestimmung im Kleinen üben; Schwierigkeiten einer adäquaten Beteiligung der Menschen mit einer Beeinträchtigung erörtern

Mittel- bis langfristige Ziele: möglichst viele Grundsatzentscheidungen gemeinschaftlich treffen

Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen (Relevanz: mittel) – Status: ohne Bewertung, trifft nicht zu

MitarbeiterInnen besitzen kein Mit-Eigentum an der Firma. Aufgrund der Gemeinnützigkeit läge aber auch kein finanzieller Vorteil in einem Mit-Eigentum (Überschüsse dürfen nicht ausgeschüttet werden), wohl aber ein potentieller Nachteil, sollte die Firma in (finanzielle) Schwierigkeiten kommen.

Die Firma hat einen Beirat installiert, der die Firma in inhaltlichen, strategischen, rechtlichen, betriebswirtschaftlichen und organisatorischen Fragen berät.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine Maßnahmen angedacht

Mittel- bis langfristige Ziele: Möglichkeiten und Notwendigkeit erörtern, Eigentum für Mitarbeitern anzubieten

D1 ETHISCHES VERKAUFEN

Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing + Verkauf) (Relevanz: hoch) – Status: Vorbildlich (75%)

Ethisches Marketing und Verkauf hat einen sehr hohen Stellenwert im Unternehmen. Es bedeutet, die Inhalte unseres Leitbildes bestmöglich in alle Marketingaktivitäten zu übertragen. Es werden keinerlei Marketingaktivitäten unternommen, von denen wir ausgehen, dass sie unserem ethischen Anspruch nicht gerecht werden.

Wir sehen unsere gelebten Werte als das größtes Marketingpotenzial, da dieses zum einen authentisch ist und zum anderen einen Mehrwert für den Kunden erzeugt, der durch Mund-zu-Mund- Propaganda verbreitet wird.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht weiter bedacht

Produkttransparenz, fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen (Relevanz: niedrig) – Status: Erfahren (50%)

Produkttransparenz: – Status: Erfahren (60%)

Wir versuchen bestmöglich unsere Produkte transparent zu gestalten, d.h. den interessierten Personen eine realistische Einschätzung hinsichtlich ihrer Bedürfnisbefriedigung zu ermöglichen. Dazu gehört auch Interessenten darauf hinzuweisen, wenn wir unseren Betrieb als nicht geeignet halten. Als Beispiele sind anzuführen: Hinweis an Gäste auf mögliche nächtliche „Lärmbelästigung“ durch Gruppen wenn wir dieses antizipieren können, detaillierte Angaben zu Verpflegungsmöglichkeiten (Gäste können sich hinsichtlich Unverträglichkeiten, Speiseangebot, Service etc. ein Urteil darüber bilden, ob dieses Angebot ihre Interessen/Möglichkeiten trifft).

Kurzfristige Ziele für 2014: keine Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht weiter bedacht

Fairer Preis: – Status: Fortgeschritten (30%)

Wir erheben einen Preis, der zur nachhaltigen Weiterentwicklung notwendig ist. Wir bieten dabei keine „Sozialpreise“ an die auf eigener Ausbeutung beruhen oder sonstige Kosten vernachlässigen, aber auch keine Wucherpreise, da ein solches Geschäftsgebaren nicht als fair bezeichnet werden kann. In Saisonzeiten (große Messen in Hannover) kommt es jedoch zu einer deutlichen „Anpassung“ der Preise nach oben.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: prüfen, in wie weit Sozialpreise möglich sind

Ethische Auswahl der KundInnen: – Status: Erfahren (60%)

Wir vergeben unser Haus/Grundstück vorrangig an Gruppen, deren Bedürfnisse sich mit den von uns angebotenen Dienstleistungen decken und die zudem unsere gelebten Werte teilen. Gäste mit anderen Wertevorstellungen (z.B. extremistische Gruppen) oder Gäste, die im Kern nicht zu unseren Dienstleistungen passen (z.B. Nutzung als „Stundenhotel“) bitten wir unser Haus/Grundstück (nicht mehr) aufzusuchen.

In Messezeiten vergeben wir, auch mit der Inkaufnahme von geringeren Erträgen, unser Haus/Grundstück an die Zielgruppen, für deren inhaltliche Bestimmung es gedacht ist (Kinder, Jugendliche, Familien etc.).

Kurzfristige Ziele für 2014: keine Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: Beschäftigung mit der Frage, in wie weit die Finanzierung von „positiven“ Inhalten (z.B. internationale Jugendbegegnung) durch Firmen, die nicht mit dem Gemeinwohl vereinbar bzw. wenig Gemeinwohl dienlich sind, berücksichtigt werden müssen

Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung/ Marktforschung (Relevanz: mittel) – Status: Fortgeschritten (20 %)

Die Interessen und Bedürfnisse von Kunden bilden einen wesentlichen Bestandteil unseres Angebotes. Wir erhalten diesbezügliche Informationen über einen Fragebogen und im persönlichen Gespräch.

Hierbei ist aber nicht automatisch der Kunde der König, sondern eine bestmögliche Übereinstimmung von allen Berührungsgruppen.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: Wünsche von Kunden gezielter abfragen und „verwerten“ – regelmäßigeren Austausch etablieren, weitere Möglichkeiten wie Onlineabstimmungsmöglichkeiten erörtern

Service-Management (Relevanz: mittel) – Status: Erfahren (50%)

Wir verstehen uns als Gastgeber. In dieser Rolle bieten wir unseren Gästen ein breites Spektrum an „Hilfestellungen“ für einen gelungenen Aufenthalt und der Planung im Vorfeld. Hierzu gehört eine lange telefonische und personelle Erreichbarkeit vor Ort (Montag bis Samstag 8 – 19 Uhr, Sonntag 8 – 14 Uhr), einer durchgehenden telefonischen Erreichbarkeit im Notfall außerhalb der genannten Anwesenheitszeiten, Hilfestellung bei Fragen vor Anreise wie Anfahrt, Programmhinweise etc., Berücksichtigung und Unterstützung notwendiger personenbedingter Besonderheiten vor Ort (z.B. Unverträglichkeiten bei der Verpflegung) u.v.m.

Für Anregungen/Kritik sind alle Mitarbeiter dazu angehalten, diesbezüglich konstruktive Maßnahmen einzuleiten. Gästegruppen erhalten zudem einen Fragebogen, der am Ende des Aufenthaltes abgegeben werden soll; dieser verschwindet dann nicht einfach in der Schublade, sondern wird ausgewertet und den Mitarbeitern vorgestellt (analog die Bewertungsergebnisse von Buchungsportalen, auf denen wir vertreten sind).

Wir erwarten jedoch von unseren Gästen ein Verhalten, welches unser Bemühen in der Gastgeberrolle widerspiegelt, also ein Verhalten eines respektvollen Gastes.

Kurzfristige Ziele für 2014: Optimierung durch Mitarbeitergespräche, um diese weiter dazu zu befähigen, Service leisten zu können; insbesondere zum Thema Kulanzregelung

Mittel- bis langfristige Ziele: auf Optimierung prüfen, konkrete Maßnahmen noch nicht geplant

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie (Relevanz: mittel) – Status: Erfahren (60%)

Wir sind sowohl mit Gästen als auch mit weiteren „Gruppenhäusern“ in regem Kontakt und geben gerne unser Wissen weiter. Insbesondere der Kontakt zu regionalen Häusern ist uns sehr wichtig. Hier gehen wir offensiv auf diese zu und bieten einen Austausch an.

Weitergabe von Technologien als solches entfällt; jedoch werden z.B. Infos zu Handwerkern, Rezepten, Erfahrungen etc. weitergegeben.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht weiter bedacht

Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme (Relevanz: hoch) – Status: Erfahren (50%)

Aufträge werden bei nicht vorhandenen Kapazitäten und auch, wenn wir denken, dass es zur „Bedürfnisbefriedigung“ bessere Gruppenhäuser gibt, an diese weitervermittelt (unentgeltlich). Ein Austausch von Arbeitskräften erfolgt nicht – entsprechende Ideen sind aber schon länger im Hinterkopf. Auch eine Zusammenarbeit bei Finanzmitteln erfolgt nicht, da von unserer Seite bisher kein Bedarf war; sollten andere diesbezüglich auf uns zukommen, stehen wir diesem aber positiv gegenüber.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht weiter bedacht

Kooperatives Marketing (Relevanz: mittel) – Status: Vorbildlich (80%)

Wir reden anstatt von Konkurrenz eher von Mitbewerbern oder bei uns bekannten Häusern von Kollegen. Marketing zielt nie darauf ab, uns auf Kosten anderer zu profilieren, also andere schlecht zu machen. Neben individuellem Marketing investieren wir viel Zeit und Geld in gemeinschaftliche Marketingaktivitäten mit anderen Naturfreundehäusern und Schullandheimen zur Steigerung des Bekanntheitsgrades der eben genannten Häuserverbände. Bei der freiwilligen Beitragshöhe im Marketingtopf der Naturfreundehäuser orientieren wir uns immer am oberen Rahmen der Empfehlung; uns ist dabei bewusst, dass die meisten Häuser dort gar nichts oder weniger bezahlen.

Wir haben in den regelmäßigen Treffen der Naturfreundehäuser und der Schullandheime den Anstoß gegeben, dort als zentrales Marketinginstrument den Gemeinwohlgedanken zu installieren.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: Erörterung, in wie weit kooperatives Marketing auf weitere unabhängige Häuser oder Häuser anderer Verbände ausgedehnt werden sollte

D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Produkte/ Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen (Relevanz: hoch) – Status: Erfahren (50%)

Wir richten unsere Produkte bzw. Dienstleistungen an einem ökologisch bewussten Handeln aus, ohne dabei auf Mitbewerber zu schauen (es sei denn, um Verbesserungen zu erreichen).

Bereich Reinigung: wir arbeiten nach einem durchdachten System, welches für unser Haus eine hohe Effizienz und Effektivität aufweist. So werden unsere (zwar konventionellen) Reinigungsmittel (Firma Ecolab, sparsamer Verbrauch) über Dosieranlagen genau dosiert und weitere Verbrauchsmaterialien (Toilettenpapier, Handtuchpapier der Firma Torc, viele Auszeichnungen im Bereich Nachhaltigkeit) zweckmäßig eingesetzt.

Bereich Verpflegung: Einkauf Großteils konventioneller Produkte, teilweise in Bioqualität; warmes Essen ist immer fleischlos

Bereich Verwaltung: ökologisches Bewusstsein mit Verbrauchsmaterialien, Umsetzung erfolgt punktuell wo es einfach ist (Umweltpapier etc.)

Bereich Energie: alle Wasserhähne und Duschen im Beherbergungsbereich sind mit Wasserspareinrichtungen ausgestattet; Verwendung von Ökostrom von einem Anbieter mit nur Ökostrom; Warmwasser mit Gas unterstützt durch eine solarthermische Anlage

Kurzfristige Ziele für 2014: keine genauen Maßnahmen geplant – Optimierungen aber wünschenswert

Mittel- bis langfristige Ziele: keine genauen Maßnahmen geplant – Optimierungen aber wünschenswert

Suffizienz (Genügsamkeit): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum (Relevanz: mittel) – Status: Fortgeschritten (30%)

Wir regen unsere Gäste zu einem suffizienten Umgang mit unseren Produkte/Dienstleistungen an. Das bedeutet zum einen Sachen nicht zu zerstören und zum anderen nichts zu verschwenden (das Essen aufzuessen um möglichst wenig wegzuschmeißen bzw. im Vorfeld darauf hinzuweisen wenn wir denken, dass das bestellte Essen wohl nicht „geschafft“ wird; Hinweis auf unnötigen Verbrauch an Strom/Wasser/Gas wenn wir dieses feststellen).

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht weiter bedacht

Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologische Aspekte den KundInnen gegenüber (Relevanz: mittel) – Status: Erfahren (30%)

Unsere Anstrengungen hinsichtlich einer ökologischen Gestaltung der Produkte/Dienstleistungen kommunizieren wir auf unserer Internetseite. Wir weisen ansonsten unsere Gäste vor Ort nicht noch einmal gezielt auf diese hin. Das Thema aktive Kommunikation finden wir schwierig, da man teilweise „normale“, d.h. ethisch korrekte und nachhaltige Grundsätze als etwas Besonderes darstellen soll/muss, dieses aber für uns selbstverständlich ist (und das Gleiche setzen wir auch von einem mündigen Gast voraus).

Eine Ausnahme bildet das aktive Kommunizieren unseres Verpflegungskonzeptes, da komplett fleischfreie Gerichte (noch) in einem Gruppenhaus eine Besonderheit bilden. Eine Erläuterung diesbezüglicher Überlegungen hilft darüber aufzuklären und evtl. Unmut zu verringern.

Kurzfristige Ziele für 2014: Transparenz hinsichtlich der Herkunft/Lieferanten unserer Lebensmittel; weiterer Transparenz unseres Verpflegungskonzeptes; Erörterung entsprechender Sachverhalte in Newslettern

Mittel- bis langfristige Ziele: noch keine konkreten Maßnahmen geplant, aber verstärktes Augenmerk soll erfolgen

Erleichterter Zugang zu Informationen/ Produkten/ Dienstleistungen für benachteiligte KundInnen-Gruppen (Relevanz: hoch) – Status: Vorbildlich (70%)

Informationen werden auf unserer Internetseite in einer „normalen“, zumeist nicht an (körperlich) benachteiligten Gästen orientierten Form dargestellt. Ausnahme bilden Informationen für Personen im Rollstuhl, die eine detaillierte Aufstellung aller für sie relevanten Personen in digitaler Form einsehen können. Bei Kontakt per Telefon und E-Mail wird von geschulten Mitarbeitern auf die individuellen Bedürfnisse eingegangen. Für den Kaufvorgang, also Buchungen bzw. Anfragen gilt dasselbe.

Das Naturfreundehaus ist für viele Gruppen gut zugänglich (bis auf Sehbeeinträchtigte/Blinde) mit allen gängigen Verkehrsmitteln. Die Nutzbarkeit des Hauses selber ist nur eingeschränkt barrierefrei für Rollstuhlfahrer; für sonstige Beeinträchtigungen stehen keine weiteren besonderen Hilfsmittel bereit. Es wird jedoch seitens des Personals aktiv Unterstützung angeboten.

Im persönlichen Umgang leben wir jedoch ein inklusives Menschenbild, so dass alle Gäste herzlich Willkommen sind, unabhängig ihres Hintergrundes (ausgenommen sind natürlich Personen, deren Menschenbild nicht mit dem unsrigen kompatibel ist).

Einen Zugang für einkommensschwache Haushalte bzw. finanzschwache Institutionen versuchen wir prinzipiell zu entsprechen, da unsere Produkte/Dienstleistungen von vornherein relativ günstig sind. Gezielt gibt es Rabatte für Kinder und Jugendliche.

Kurzfristige Ziele für 2014: Maßnahmenkatalog für eine Ertüchtigung/Verbesserung soll unter einem ganzheitlichem Aspekt im Sinne von Inklusion erarbeitet werden

Mittel- bis langfristige Ziele: Umsetzung des Maßnahmenkatalogs für eine Ertüchtigung/Verbesserung unter einem ganzheitlichem Aspekt im Sinne von Inklusion

Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt (Relevanz: mittel) – Status: Indikator trifft nicht zu – keine Bewertung

****Förderungswürdige Strukturen:** kleine und mittelständische Unternehmen (KMU), regionale Unternehmen und Unternehmen, die sich besonders für das Gemeinwohl engagieren

Als eher kleines bis mittelgroßes Gruppenhaus ist der Verkauf unserer Dienstleistung nur in relativ kleinen Mengeneinheiten möglich. Dieses bedeutet, dass wir keine gesonderte Vertriebspolitik für Großkunden etabliert haben, da es solche bei uns nicht gibt.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht weiter bedacht

D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette (Relevanz: hoch) – Status: Erfahrenen (50%)

Wir stehen in regelmäßigen Treffen mit den uns zugehörigen Verbänden in Austausch und nehmen bezüglich des Inputs an einer Verbesserung der sozialen und ökologischen Branchenstandards eine Vorreiterrolle ein. Die Initiierung eines gemeinwohlorientierten Handlungsrahmens wurde dort ebenfalls von uns vorgeschlagen.

Ebenfalls in (losen) Kontakt stehen wir mit Mitbewerbern vor Ort – auch hier erörtern wir, wie wir die Branchenstandards erhöhen können.

Mit Partnern der Wertschöpfungskette gibt es keine Kooperationen - diese werden eher aufgrund ihrer Firmenpolitik hin gezielt ausgewählt.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht weiter bedacht

Aktive Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards (Relevanz: mittel) – Status: Fortgeschritten (20%)

Branchenintern versuchen wir auf die Etablierung einheitlicher (Mindest)Standards hinzuwirken, um die häufig gefühlte, eigene „gute“ Arbeit operationalisierbar zu machen und dadurch auch kommunizieren zu können.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht weiter bedacht

Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe (Relevanz: hoch) – Status: Erfahren (60%)

Die gemeinschaftlich besprochenen Themen (mit den Mitbewerbern) ziehen sich über alle Unternehmensbereiche und somit auch alle sozialökologischen Aspekte hinweg. Es wird von uns das Ziel ausgegeben und gefördert, allgemeinverbindliche Vereinbarungen zu treffen, vor allem hinsichtlich des Gedankenguts gemeinwohlorientierten Handelns.

Die Wirksamkeit lässt sich schwer beurteilen, da diese Themengebiete erst in den letzten Jahren angesprochen wurden (das Thema GWÖ 2013), so dass von einer (bis jetzt) geringen Reichweite ausgegangen werden muss.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht weiter bedacht

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE /
DIENSTLEISTUNGEN

**Produkte/ Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder diesen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen (Relevanz: hoch)
– Status: Vorbildlich (80%)**

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 |
|---|---|--|--|
| Beherbergung | Schlafen als solches ist ein Grundbedürfnis. Die Notwendigkeit einer Beherbergung außerhalb der eigenen Wohnung ist im Zusammenhang des Beherbergungsanlasses zu sehen. Dieser erfolgt bei uns zumeist aus Gründen der Erholung und Bildung, gefolgt von beruflichen und sonstigen Gründen. | Da Schlafen ein Grundbedürfnis darstellt, kann von einem entsprechendem Angebot eine positive Wirkung auf den Beherbergungsanlass (s. Spalte links) und somit den Menschen ausgegangen werden. Somit kann von einer notwendigen, aber nicht hinreichenden positiven Wirkung auch auf die Gemeinschaft und zuletzt der Erde gefolgert werden. | keine bekannt |
| Verpflegung | Verpflegung als solches ist ein elementares Grundbedürfnis. | Aufgrund der hohen Qualität der von uns angebotenen Verpflegung erfolgt eine positive Wirkung auf den Menschen. Somit kann auch hier von einer notwendigen, aber nicht hinreichenden positiven Wirkung auf die Gemeinschaft und zuletzt der Erde gefolgert werden. | keine bekannt (Krankheiten möglich bei schlechter Qualität und/oder Überkonsum – dieses jedoch bei uns nicht der Fall) |
| Programmangebote | Programmangebote dienen bei uns (in unterschiedlicher Gewichtung) der Bildung, der Gemeinschaft, der Erholung und der Bewegung; sie decken somit menschliche Grundbedürfnisse. | Eine positive Wirkung auf den Menschen ist gegeben; auf Gesellschaft und Erde sind es notwendige aber nicht hinreichende Faktoren. | aufgrund der (positiven) Programminhalte nicht bekannt |
| Seminar/Aufent- | Jeder Gast, der einen Seminar- bzw. | Eine positive Wirkung auf den Menschen ist gegeben; | In aller Regel nicht, da keine |

| | | | |
|------------|---|--|---|
| haltsräume | Aufenthaltsraum bucht, handelt aus dem (Grund)Bedürfnis heraus, seinen Aufenthaltswortzweck verwirklichen zu können (Erholung/ Bildung/ Gemeinschaft). | auf Gesellschaft und Erde sind es notwendige aber nicht hinreichende Faktoren. | Vermietung an Gäste erfolgt, deren Aufenthaltswortzweck nicht mit dem Grundgesetz vereinbar ist oder konträr zu unseren eigenen Werten steht. |
| Getränke | Getränke als solches sind ein elementares Grundbedürfnis; einige der Getränke dienen jedoch „nur“ der Verwirklichung eines angenehmeren Lebens (Alkohol, Softdrinks, Kaffee). | Eine positive Wirkung auf den Menschen ist gegeben; auf Gesellschaft und Erde sind es notwendige aber nicht hinreichende Faktoren. | keine bekannt (Krankheiten möglich bei Überkonsum) |

Kurzfristige Ziele für 2014: zusätzliche inhaltliche Angebote, die dem Gemeinwohl dienlich sind
Mittel- bis langfristige Ziele: *zusätzliche inhaltliche Angebote, die dem Gemeinwohl dienlich sind*

Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen (Relevanz mittel oder hoch) – Status: Erfahren (40%)

Im Vergleich zu anderen Jugendgäste- und Seminarhäusern erfüllen wir einen überdurchschnittlich hohen ökologischen und sozialen Standard.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant
Mittel- bis langfristige Ziele: *noch nicht weiter bedacht*

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Leistungen (Relevanz: hoch) – Status: Fortgeschritten (20%)

Ca. 1% der Arbeitszeit wird mit freiwilligen, dem Gemeinwohl dienlichen und nicht zum direkten Betätigungsfeld des Unternehmens gehörenden Tätigkeiten verbracht.

Hierzu gehören unentgeltliche Schulungen, Vorträge, Mitarbeit auf Messeständen, Mitwirkung in Arbeitskreisen für übergeordnete Ziele etc. für Bereiche, mit denen unser Unternehmen zwar im Zusammenhang steht, aber keinen oder nur einen geringen wirtschaftlichen Vorteil besitzt.

Kurzfristige Ziele für 2014: Verbreitung des Gemeinwohlökonomie Gedankens durch Arbeit in der PeerGroup, Veröffentlichung eines ersten GWÖ-Berichtes und Versuche, weitere Jugendgäste- bzw. Seminarhäuser dafür zu sensibilisieren; Befragung der Mitarbeiter, welche Bereiche sie besonders wichtig finden

Mittel- bis langfristige Ziele: Verbreitung des Gemeinwohlökonomie Gedankens, Veröffentlichung weiterer GWÖ-Berichte und Öffentlichkeitsarbeit in der eigenen Branche

Wirkungen (Relevanz: hoch) – Status: Erfahren (40%)

Da konkrete Wirkungen zum Teil lange bis zu ihrer vollen Entfaltung benötigen, ist dieser Punkt schlecht zu beurteilen. Wir gehen jedoch davon aus, dass vertiefte und nachhaltige Wirkungen aufgrund der o. g. durch uns erbrachten Leistungen in einzelnen Feldern erzielt werden können.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht weiter bedacht

Intensität (Relevanz: niedrig) – Status: erste Schritte (10%)

Es handelt sich um vereinzelte Maßnahmen, die nicht institutionalisiert sind und auch nur eine geringe Verantwortungsübernahme beinhalten.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant

Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht weiter bedacht

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Absolute Auswirkungen (Relevanz mittel) – Status: Erfahren (60%)

Kennzahlen: Auflistung aller Emissionen/ möglichen negativen ökologischen Auswirkungen

Um aussagekräftige Kennzahlen zu erhalten, werden die Emissionen nicht als Quotient pro Mitarbeiter, sondern pro Übernachtung berechnet. Diese Systematik wird auch bei der Erhebung und Vergleich aller branchenspezifischen Umweltkennzahlen angewandt.

| Aspekt | Gesamt | Pro Übernachtung |
|--|--|-------------------------|
| Strom/ Energieverbrauch in kWh | 41.500 kWh | 2,5 kWh |
| CO ₂ Ausstoß aufgrund von Heizung/ Wärme/ Sonstiges (Gas) | 227.000 kWh | 13,5 kWh |
| Wasserverbrauch in L/Tag od. Monat | 1.130 m ³ /Jahr | 68 l |
| Müll unterteilt in Schadstoffklassen in t | 1,1 m ³ / Woche Restmüll 1,1 m ³ / Woche Papier 1,1 m ³ / Woche Wertstoff | 3,6 l 3,6 l 3,6 l |

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant, da kein relevantes Einsparpotential gesehen wird

Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht weiter bedacht

Relative Auswirkungen (Relevanz: hoch) – Status: Vorbildlich (75%)

Es gibt verschiedene Maßstäbe bzw. Benchmarks, die alle in Betracht kommen:

- Vergleich mit den Nds. Schullandheimen:
Im vorderen Drittel bzw. z.T. Best-Practice (Abfall wurde nicht verglichen)
- Vergleich mit der klassischen Hotellerie, jeweils vom Durchschnitt=100% (Umfrage in Europa):
Energie: 20%
Wasser: 16%
Müll: Restmüll 100%, Papier 300%, Wertstoff 700% (wir gehen davon aus, dass die z.T. überdurchschnittlichen Werte aufgrund unterschiedlicher Berechnungsart resultieren; bei uns ist es die vorhandene Tonnengröße, bei den anderen wahrscheinlich realer Verbrauch)
Vorgaben zum Erwerb des Viabono-Umweltsiegels im Bereich Jugendunterkünfte in % vom Maximalwert:
Energie: 40%
Wasser: 50%
Abfall: 180%

Ergebnis: in wesentlichen Bereichen liegen wir deutlich unter dem Branchendurchschnitt;

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant, da kein relevantes Einsparpotential gesehen wird

Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht weiter bedacht

Management und Strategie (Relevanz: hoch) – Status: Fortgeschritten (30%)

Wir beschäftigen uns dauerhaft seit Beginn des Unternehmens mit dem Thema ökologische Auswirkungen; dieses jedoch eher informell und immer indirekt mitschwingend. Der Fokus liegt dabei „nur“ auf den klassischen Umweltkonten und es findet noch keine umfassende Analyse mittels eines ökologischen Fußabdrucks etc. statt.

Kurzfristige Ziele für 2014: Viabono-Zertifizierung o.ä. überdenken

Mittel- bis langfristige Ziele: keine genauen Strategien vorhanden, aber hohe Priorität

2-3 weitere Aussagen über die jeweiligen Subindikatoren hinaus (wenn gewünscht)

Zur Reduzierung der ökologischen Auswirkungen unseres Betriebes wurden folgende Maßnahmen getroffen:

- Installierung einer solarthermischen Anlage auf dem Dach zur Warmwassergewinnung (Leistung ca. 6.000 kWh)
- Ausstattung der Wasserhähne mit wassersparenden Perlatoren
- Ausstattung der Duschen mit wassersparenden Brausen
- Ausstattung Räumlichkeiten mit LED/Energiesparlampen
- Nutzung Grundwasser für Gartenbewässerung
- weitest gehender Verzicht auf Kleinstverpackungen zur Vermeidung von Müll
- Sensibilisierung der Mitarbeiter zum ressourcenschonenden Umgang in allen Bereichen

E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINNVERTEILUNG

Außenausschüttung (Relevanz: hoch) – Status: Vorbildlich (100%)

Aufgrund der Gemeinnützigkeit des Unternehmens erfolgt keine Gewinnausschüttung an externe EigentümerInnen.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant, da optimal

Mittel- bis langfristige Ziele: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant, da optimal

Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung – Status: Vorbildlich (100%)

Als gemeinnütziges Unternehmen fällt kein Gewinn an. Alle etwaigen Jahresüberschüsse werden jedoch zur Erhöhung des Gemeinwohles verwendet.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant, da optimal

Mittel- bis langfristige Ziele: keine zusätzlichen Maßnahmen geplant, da optimal

Transparenz (Relevanz: hoch) – Status: erste Schritte (10 %)

Es erfolgte keine systematische Weitergabe von Informationen an die Öffentlichkeit.

Es gibt jedoch eine Darstellung unseres Leitbildes, Verpflegungskonzeptes und weiterer allgemeiner Informationen auf unserer Internetseite und es wurden in den uns zugehörigen Verbandsmedien Artikel veröffentlicht, die die Themen unseres Leitbildes näher beleuchten.

Kurzfristige Ziele für 2014: keine genauen Strategien vorhanden, aber hohe Priorität

Mittel- bis langfristige Ziele: keine genauen Strategien vorhanden, aber hohe Priorität

Mitbestimmung

Art der Mitbestimmung + Dokumentation (Relevanz: hoch) – Status: erste Schritte (10 %)

Es erfolgt ein reaktives Mitbestimmungswesen, d.h., dass das gesellschaftliche Umfeld angehört wird, wenn Äußerungen kommen. Für eine aktive Miteinbeziehung ergab sich nach unserer Meinung bis jetzt keine Notwendigkeit.

Umfang der Mitbestimmung + einbezogene Berührungsgruppen (Relevanz: mittel) – Status: Indikator trifft nicht zu – keine Bewertung (da nur ein reaktives Mitbestimmungswesen)

Kurzfristige Ziele für 2014: Vorstellung des Zukunftskonzeptes zum Thema Inklusion im engen und weiteren Umfeld und bei Stammgästen

Mittel- bis langfristige Ziele: noch nicht weiter bedacht

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

*Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht von Unternehmen involviert?
Welche Stakeholder waren involviert?*

Georg Nagele: ausgebildeter GWÖ-Berater, Hilfe beim Start und Leiter der PeerGroup

Urte Töpfer, zertifizierte GWÖ-Beraterin, Dokumentation der Peer-Evaluation

Alexander Thron: Geschäftsführer klasse idee gGmbH (Hauptarbeit)

Esther Bold: Geschäftsführer klasse idee gGmbH

Katrin Volkenand: stellvertretende Hausleitung klasse idee gGmbH

Über welchen Zeitraum wurde beides erstellt?

Februar – September 2014

Wie viele Frau/Mann-Arbeitsstunden wurden dafür verwendet?

ca. 50 Stunden inkl. Peer-Group Arbeit

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Im Rahmen eines Betriebsausfluges fand eine interne Schulung statt, die sich während ca. 2 Std. dem Thema Gemeinwohl und unserem Bericht gewidmet hat.

Der Bericht wurde daraufhin verteilt

Datum: 15.09.2015
