



GEMEINWOHL
ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

Bilanzierendes
Unternehmen

Gemeinwohl-Bericht

Baumeister Schenk & Partner GesmbH

Vollbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.1

Berichtszeitraum: 01.01.2022 bis 31.12.2022

Erstellungsdatum: 12.10.2023

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen	5
Kurzpräsentation des Unternehmens	6
Produkte / Dienstleistungen	7
Das Unternehmen und Gemeinwohl	7
A Lieferant*innen	9
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	9
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette	9
A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	11
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	12
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen	12
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette	13
A2.3 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	15
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	16
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	16
A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	18
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	19
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen	19
A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette	20
B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen	21
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	21
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung	21
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung	22
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen	23
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	24
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung	24
B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmittel	26
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	27
B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen	27
B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen	28
B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	29

B4 Eigentum und Mitentscheidung	30
B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur	30
B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme.....	32
C Mitarbeitende.....	33
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	33
C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur	33
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz.....	35
C1.3 Diversität und Chancengleichheit	37
C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	39
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	40
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes.....	40
C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit.....	42
C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance	43
C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	44
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	46
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit.....	46
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz	47
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse	48
C3.4 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens.....	49
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	50
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz.....	50
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte	51
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden	52
C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates.....	53
D Kund*innen und Mitunternehmen	54
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen.....	54
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen	54
D1.2 Barrierefreiheit.....	56
D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen.....	57
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	58
D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen	58
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen.....	60
D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen	62

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	64
D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz).....	64
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz).....	65
D3.3 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen	66
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	67
D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung.....	67
D4.2 Produkttransparenz	69
D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen	70
E Gesellschaftliches Umfeld	71
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	71
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben	71
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	73
E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	75
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	76
E2.1 Steuern und Sozialabgaben	76
E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens	78
E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung	79
E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention	80
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	82
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie	82
E3.2 Relative Auswirkungen.....	84
E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	85
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	86
E4.1 Transparenz	86
E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung.....	87
E4.3 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation	88
Ausblick.....	89
Kurzfristige Ziele	89
Langfristige Ziele.....	89
EU-Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU)	89
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	90

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	Baumeister Schenk & Partner GesmbH
Rechtsform:	GesmbH
Eigentum- und Rechtsform:	GesmbH
Website:	www.baumeister-schenk.at
Branche:	Technische Büros
Firmensitz:	Wien, Österreich
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	10 Personen
Vollzeitäquivalente:	7 FTE
Saison- und Zeitarbeitende:	0 Personen
Umsatz:	620.800 €
Jahresüberschuss:	49.194 €

(Diese Werte beziehen sich auf das letzte vollständige (Geschäfts-) Jahr 2022)

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen:

Berichtszeitraum: 01.01.2022 bis 31.12.2022

Kurzpräsentation des Unternehmens

Bmst. Ing. Thomas Schenk machte sich 2001 als Einzelunternehmer selbständig. 2007 wurde die Baumeister Schenk GesmbH gegründet und 2022 im Zuge eines Mitarbeiter*innenbeteiligungsprogramms auf Baumeister Schenk und Partner GesmbH umbenannt. Das Unternehmen ist kontinuierlich auf 9 Mitarbeiter*innen gewachsen. Aufgrund eines Qualitätsmanagementsystems und der Digitalisierung fast aller Prozesse wird eine strukturierte und flexible Arbeitsweise garantiert.

Gute Beratung ist der Schlüssel zum Erfolg bei der Planung und beim Bau von Immobilien. Deshalb stehen wir unseren Kunden und Partnern von den ersten Planungsschritten bis zu den letzten Detail-Arbeiten immer zur Seite und sind jederzeit für Fragen da. Spezialisiert sind wir auf energieeffiziente Gebäude, errichtet aus ökologischen Baustoffen ohne schadstoffreiche Chemie, mit energieeffizienter Haustechnik, versorgt mit erneuerbarer Energie. Fossile Brennstoffe haben wir schon vor mehr als 20 Jahren aus unserem Tätigkeitsbereich verbannt.

Das beste Beispiel dafür ist das SOL4, ein Büropassivhaus in Mödling, dass ein Haus der Zukunft-Projekt war und 2006 den österreichischen Solarpreis erhalten hat. Bei diesem Projekt durften wir, insbesondere vertreten durch unseren Baumeister Ing. Klaus Kiessler, sehr intensiv mitwirken.

Zusammengefasst bieten wir Projektentwicklung, Planung; Management, Bauabwicklung, Bauaufsicht und CSR-Beratung bei Bauvorhaben im Neubau, aber auch in der Sanierung aus einer Hand, oder auch in Teilbereichen an. Bauphysik, insbesondere die Erstellung von Energieausweisen, ist ein weiterer Schwerpunkt unseres Büros.

Unternehmensleitsatz

Unser Team von Baumeister Schenk & Partner bemüht sich täglich, mit größtem Einsatz und bestmöglichem Wissen unsere Kunden und deren Projekte zu unterstützen. Wir tun dies mit besonderem Respekt gegenüber unserer Umwelt, insbesondere Mensch und Tier, sowie Pflanzen. Unser besonderes Augenmerk richten wir dabei auf den schonenden und effizienten Einsatz aller Ressourcen. Nicht nur Ehrlichkeit, Gleichberechtigung, Genauigkeit, Respekt und Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist für unser gutes, internes Betriebsklima verantwortlich, sondern auch der Grundstein für die gute Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen, seien es nun Kunden oder auch Partner oder Lieferanten.

Unternehmensziele

Unsere Ziele definieren sich in der Gewinnung von langen währenden Beziehungen zu Kunden, die sowohl unsere Arbeitsweise als auch unser Fachwissen schätzen. Wir stellen für viele Unternehmen bereits heute eine "ausgelagerte Fachabteilung" aus den Branchen Architektur, Hausverwaltung, Bauträger, Baumeister, Zimmerer, Schlosser usw. dar. Exzellentes Fachwissen unserer Mitarbeiter*innen und eine verständliche und strukturierte Arbeitsweise sollen unser Team auch in Zukunft zum ersten Ansprechpartner für Ihre Bauprojekte machen.

Produkte / Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
Planungen	15
Bauphysik	10
Ausschreibungen	20
Bauüberwachung	40
Gutachten	10
Schulung & Beratung	5

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Unser Senior Consultant Bmstr. Ing. Klaus Kiessler ist bereits seit 2013 Mitglied beim Verein zur Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie und seit 2015 Mitglied der Genossenschaft für Gemeinwohl vormals Projekt Bank für Gemeinwohl, war Referent beim Gründungsversuch der Bank für Gemeinwohl und beschäftigt sich seit vielen Jahren aktiv mit der Gemeinwohl-Ökonomie und anderen alternativen Wirtschaftssystemen.

Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

Durch die corona-bedingten Einschränkungen gab es kaum Möglichkeiten, aktiv im Bereich der GWÖ mitzuarbeiten, bzw. an diesbezüglichen Veranstaltungen (Vorträge, Seminare,...) teilzunehmen. Bmstr. Ing. Klaus Kiessler war online im Rahmen der Genossenschaft für Gemeinwohl aktiv und hörte sich auch einige Online-Vorträge zu dem und ähnlichen Themen an. Weiters besuchte er den Online-Lehrgang „Geld und Demokratie“ von und mit Christian Felber.

Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

Bmstr. Ing. Klaus Kiessler, kk@solar4you.at

Testat



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Peerevaluationsprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:



Zertifikat: **Peerevaluation** **Gemeinwohl-Bilanz**

SOLAR 4 YOU Consulting Ges.m.b.H. / Schenk & Partner

zert. Begleiter*in: **M5.0 Vollbilanz** **2022** **PG-NOe_ecoplus_2023**

Renate Hagmann **Beteiligte Peerguppen Firmen**
Sabine Lehner

Versicherungsgagentur Halmenschlager GmbH
 PROCESS-M GmbH
 Hotel Kothmühle GmbH
 Michael Winkler
 myssion consulting gmbh
 Vermessung Schubert ZT GmbH
 FOX & FOX OG

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 30 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 60 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 20 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 50 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 60 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 0 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 30 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 50 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 60 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 20 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 60 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 60 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 60 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 70 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 60 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 80 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 50 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 30 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 20 %
Zertifikat gültig bis 31.10.2025				BILANZSUMME: 481

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID.: d0u5x
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 14.11.2023

Bridget Knapper and Manfred Jotter / Executive Directors
 International Federation for the Economy for the Common
 Good e.V, VR 24207



A Lieferant*innen

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Produkte/ Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?
- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant*innen vorliegen?
- Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?
- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Berichtsantwort

Wir sind ein Dienstleister mit Bürobetrieb. Gekauft wird bei uns Büromaterial und das aufgrund unserer hohen Digitalisierungsrate in bescheidenen Umfang.

Kopierpapier hatten wir früher recycelt. Da wir aber nur mehr für Präsentationen und Broschüren ausdrucken, brauchen wir reinweißes Papier (insbes. auch wegen der farblichen Darstellung). Aus diesem Grund kaufen wir wieder "normales" Papier.

Aufgrund unserer Kleinmengen haben wir keine klassischen Lieferanten.

Der Stromanbieter unserer Vermieter ist aufgrund unserer Empfehlung seit mehr als 15 Jahren die Firma Ökostrom. Da wir sowohl in Wien als auch in Mödling in Passivhäusern mit eigener Stromproduktion eingemietet sind, wird unser Stromverbrauch nicht direkt erfasst. Wir bezahlen eine pauschalierte all-in-Miete.

Dienstleister in bescheidenem Ausmaß sind unser Steuerberater, Anwalt, EDV-Betreuer und eine Werbeagentur.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der zugekauften Produkte/ Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

2022:

Branche	Ausgaben (in €)
M - Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen (Buchhaltung)	14.023
M - Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen (EDV)	2.560
M - Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen (Rechtsanwalt)	7.255
M - Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen (Statiker)	10.900
Übrige Lieferanten	638

Anteil der eingekauften Produkte / Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

2022: 100 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt A1.1

Wir setzen bei den Dienstleistern mit denen wir im Bereich Steuerberatung, Rechtsanwalt und EDV zusammenarbeiten, auf langjährige partnerschaftliche Zusammenarbeit die teilweise schon mehr als 20 Jahre besteht. Die Zusammenarbeit ist über die Jahre gewachsen und ein lebender Prozess. Aufgrund der vielen Jahre der Zusammenarbeit haben wir einen guten Einblick in die Arbeitsweise der Unternehmen, insbesondere wie sie mit ihren Mitarbeiter*innen umgehen, und daher können wir guten Gewissens sagen, dass diese zu 100 % fair sind.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Uns ist bewusst, dass unsere Einkaufsentscheidungen große Auswirkungen auf unser regionales Umfeld haben und wollen diese in Zukunft noch stärker an Kriterien der Gemeinwohl- und Care Ökonomie-Unternehmen binden.

A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

Berichtsantwort

Wir haben uns intensiv mit diesem Thema auseinandergesetzt und sind zu der Überzeugung gelangt, dass bei dem geringen Bedarf an Büromaterial keine Gefährdung der Menschenwürde besteht. Die Zulieferkette ist überschaubar und in unserem Fall ist der Einkauf bei einem regionalen Händler wichtiger als die detaillierte Überprüfung, wie unser Papier und die paar Schreibutensilien tatsächlich produziert werden.

Hardware wurde im Berichtszeitraum keine angeschafft.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant sind

2022: 5 %

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch unbedenklich sind

2022: 95 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir sehen das Potential im Weiteren reduzieren des Verbrauchs von Büromaterial.

Weiters soll im Büro Wien von Kaffeekapseln auf Filterkaffee oder einen Kaffeevollautomaten umgestiegen werden.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?
- Wie zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Berichtsantwort

Als Dienstleistungsunternehmen haben wir keine Vorlieferanten im klassischen Sinn. Wir kaufen Büromaterial zu aktuellen Tagespreisen mit vorgegebenen Zahlungs- und Lieferbedingungen. Unser EDV-Dienstleister ist ein regionales Kleinunternehmen und schon seit mehr als 15 Jahren für uns tätig. Abgerechnet wird nach fixen Stundensätzen die einmal im Jahr partnerschaftlich gemeinsam festgelegt werden. Mit unserem Steuerberater arbeiten wir schon seit mehr als 20 Jahren kooperativ, aufgrund von Rahmenvereinbarungen, sehr eng zusammen.

Strom beziehen wir seit mehr als 15 Jahren ausschließlich von Ökostrom und konnten auch unseren Vermieter vom Umstieg überzeugen.

Verifizierungsindikatoren

Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen

2022: 15 Jahre

Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant*innen

2022: 10 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt A2.1

Wir haben die Tätigkeit als Generalplaner eingestellt. Das bedeutet früher haben wir Leistungen, wie z.B. Statik zugekauft und mit einem Aufschlag weiter verrechnet. Wir sind dazu übergegangen unseren Auftraggebern die von uns bevorzugten Fachplaner im Rahmen von Kooperationsprojekten vorzuschlagen und diese dann direkt zu beauftragen. Wenn vom AG gewünscht, übernehmen wir dann den Lead und die interne Koordination damit der AG nur einen Ansprechpartner im Team hat.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Noch mehr Kooperationsprojekte initiieren. Bei Kooperationspartnern auf ihre CSR-Bilanz (Gemeinwohl oder Ähnliches) schauen.

A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Berichtsantwort

Wir versuchen bei neuen Projekten, die wir begleiten dürfen, Partner aus anderen Projekten, insbesondere die, mit denen die Zusammenarbeit gut funktioniert hat, so früh wie möglich zusammen zu bringen und am besten noch vor einer formalen Beauftragung durch den Auftraggeber fachlich einzubinden. Diesbezüglich arbeiten wir auch laufend daran unsere Auftraggeber vom Vorteil von partnerschaftlichen Kooperationsprojekten auf Augenhöhe zu überzeugen.

Bei dieser Vorgangsweise bzw. Art der Zusammenarbeit ist eine faire Entlohnung der jeweiligen Dienstleistung automatisch gewährleistet.

Durch unsere Bekanntheit in der Branche für ökologisches nachhaltiges Bauen, haben wir das Thema immer mit auf der Agenda. Aufgrund der Tatsache, dass wir mit vielen Unternehmen schon mehr als 10 Jahren zusammenarbeiten, haben wir nachweislich auch einen Einfluss auf deren Einstellung und Kultur.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt

2022: 5 %

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

2022: 80 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt A2.2

Wir haben erstmalig einen Generalplaner-Auftrag abgelehnt und die von uns gewünschten bzw. vorgeschlagenen zusätzlich notwendigen Fachplaner im Rahmen einer Direktbeauftragung ins Projektteam geholt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Nur mehr Gemeinwohlerzertifizierte (oder ähnliche) Unternehmen beauftragen.

A2.3 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant*innen und wie wird sie eingesetzt?
- Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?
- Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

Berichtsantwort

Wir als regional tätiger Dienstleister für Baudienstleistungen haben keine Marktmacht und damit ist eine Übervorteilung z.B. durch Knebelverträge oder benachteiligende Zahlungs- und Lieferbedingungen ausgeschlossen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt A2.3

Wir versuchen die Marktmacht großer Unternehmen zu brechen und weisen in unserem Umfeld immer wieder darauf hin, wie wichtig es ist kleine Unternehmen aus der Region zu beschäftigen.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?
- Welche Arten von Energie und Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?
- Nach welchen Kriterien werden Rohwaren, Produkte, Dienstleistungen ausgewählt?
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?
- Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?
- Welche Unterschiede gibt es zum Mitbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Berichtsantwort

Wir haben keine Produktion und damit gibt es keinen Einkauf von Rohwaren oder Rohstoffen. Dadurch entfallen ökologische Risiken der nicht vorhandenen Zulieferkette.

Unabhängig davon empfehlen wir bei allen von uns betreuten Objekten ein Bauchemikalienmanagement und den Einsatz von Naturbaustoffen. Wir sind in diesem Bereich immer erfolgreicher in unserer Überzeugungsarbeit. Dies liegt sicher auch daran, dass wir oft aufgrund dieser Expertise in unserem Haus gezielt beauftragt werden.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind

2022: 10 %

Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen

2022: 15 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt A3.1

Bewusstseinsbildung bei unseren Auftragsgebern für den Einsatz von Naturbaustoffen, unter anderem Holz statt Ziegel und/oder Beton (das ist ein Meilenstein für uns da wir als Baumeister mehrheitlich vom Massivbau kommen).

Auch das Thema Bauchemikalienmanagement wird von uns immer wieder angesprochen und wird bei einem von uns in der Planung betreutem Objekt beim Bau beauftragt werden.

Geplanter Baubeginn Frühjahr 2024

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Sichtbarmachung der Vorteile des Bauens mit Naturbaustoffen - z.B. mit einer CO2 Bilanz

Anmerkungen zur Selbsteinschätzung:

Wir geben uns hier vorerst 3 Punkte, denn mit unserer Arbeit bewirken wir bei unseren Bauherrn sehr viel für mehr Achtsamkeit beim Bauen. Auf unsere Lieferanten wirken wir ein. Diese sind aber für uns als Dienstleister nicht relevant, weswegen es da wenig zu bewirken gibt (unabhängig von der Bewusstseinsbildung).

A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

Berichtsantwort

Bei uns gibt es keine LieferantInnen bzw. Produkte der Zulieferkette mit schädlichen Umweltauswirkungen. Bei unseren Bauherren drängen wir sehr stark auf den Einsatz von Naturbaustoffen und der Beauftragung eines Bauchemikalienmanagements.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen

2022: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt A3.2

Einen Gasanschluss an ein 4.000 m² Nutzfläche großes Gebäude verhindert.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Fokus auf Kreislaufwirtschaft legen.

Anmerkungen zur Selbsteinschätzung:

Wir haben keine Zulieferkette.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?
- Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?
- Wie zufrieden sind Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

Berichtsantwort

Unsere Projekte können nur abgewickelt werden, wenn wir auf Augenhöhe fair und partnerschaftlich mit sämtlichen Mitgliedern des Projektteams kommunizieren und alle Informationen tagesaktuell austauschen. Beim Auftauchen von Problemen und /oder unerwarteten Projektsituationen wird gemeinsam an Lösungen gearbeitet.

Da es in Bauprozessen weder weiß noch schwarz gibt, wird auch nicht nach Schuldigen gesucht, sondern gemeinsam an Lösungen gearbeitet.

In den Projekten werden die Lieferanten (Dienstleister) z.B. Statik voll inhaltlich in die Entscheidungen miteingebunden und gemeinsam die jeweils beste Lösung für das Projekt erarbeitet.

Kaufmännisch ist der Steuerberater in sämtlichen kaufmännisch relevanten Entscheidungen miteingebunden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt A4.1

Ein kooperatives Planungsteam wurde gebildet und geführt. Die Fachplaner wurden teilweise von uns und teilweise vom Bauherrn beauftragt.

Es wurden regelmäßige Planungsbesprechungen durchgeführt, welche auch protokolliert wurden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Entscheidungsprozesse noch transparenter machen.

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Berichtsantwort

Wir leben aktiv partnerschaftliches Arbeiten. Sämtliche Entscheidungen sind transparent z.B. im Rahmen eines Baubesprechungsprotokolls nachvollziehbar und jeder ist in die Entscheidungen eingebunden. Letztentscheidung liegt aber, wenn gewünscht, immer noch beim Auftraggeber.

Sollte es Störungen im Projekt geben, versuchen wir immer als eine Art Mediator aufzutreten und lösungsorientiert gemeinsam Entscheidungen herbeizuführen.

Wir haben regelmäßig firmenintern Meetings der Projektleiter und dabei werden gemeinsam Aufgabenstellungen in den unterschiedlichen Projekten besprochen und kommuniziert. Dadurch gibt es in diesem Bereich keine Missstände.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt

2022: 0 %

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

2022: 50 %

Da wir nur partnerschaftlich mit unseren Lieferanten umgehen und dies auch explizit von ihnen gewünscht wird, gehen wir davon aus, dass das bei allen zumindest thematisiert wird.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt A4.2

Durch regelmäßige Besprechungen der Projektmitarbeiter*innen ist das ein kontinuierlicher Prozess, der von allen intern und extern gelebt wird.

B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Berichtsfragen

- Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?
- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?

Berichtsantwort

Als reines Dienstleistungsunternehmen, das nur den eigenen Betrieb vorfinanzieren muss, sind wir zu einem großen Teil mit Eigenmitteln finanziert. Wir versuchen mit monatlicher Abrechnung unserer Projekte und kurzen Zahlungszielen (max. 3 Monate) den laufenden Betrieb vorzufinanzieren.

Verifizierungsindikatoren

Eigenkapitalanteil

2022: 62 %

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

2022: 30 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Von monatlicher auf 14-tägige Abrechnung umstellen.
- Bei den Auftraggebern teilweise auf Vorauskassa oder zumindest Anzahlungen umstellen.
- Gesellschafterdarlehen statt Bankkredit.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Berichtsfragen

- Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?
- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Berichtsantwort

Wir haben keine Kredite im klassischen Sinn und auf einem Großteil unserer Geschäftskonten keinen Überziehungsrahmen. Unsere Konten sind auf mehrere Banken, aufgrund der Risikominimierung, aufgeteilt. Da wir auch eine Kassa benötigen, sind wir bei Geschäftsbanken, die auch Filialen in Mödling und Wien-Hütteldorf haben. Leider ist bei diesen keine ethische Bank dabei.

In der Regel arbeiten wir mit Gesellschafterdarlehen, um die Liquidität während der Zahlungsziele unserer Kunden zu gewährleisten.

2022 mussten wir, aufgrund schlechter werdender Zahlungsmoral unserer Auftraggeber, aufgrund der Coronapandemie-Nachwehen einen Kontokorrentkredit einrichten, der bis zu 3 Monatsumsätzen ausnutzbar ist.

Verifizierungsindikatoren

Fremdkapitalanteil

2022: 30 %

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart

2022:

Finanzierungsart	Betrag (in €)
Gesellschafterdarlehen	0
Kontokorrentkredit	100.000

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt B1.2

Laufende Reduzierung unseres Rahmens. Verstärkte Umstellung der Zahlungskonditionen unserer Auftraggeber.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Gesellschafterdarlehen statt Bankkredit.
- Kundenanzahlungen einfordern.

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Berichtsfragen

- Welche Finanzpartner*innen hat das Unternehmen?
- Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Berichtsantwort

Unsere Finanzpartner sind die Oberbank und die Erste Bank.
Die ethisch nachhaltige Ausrichtung wurde bis jetzt nicht bewertet.
Eine ethische Bank gibt es leider in unserem Gebiet leider nicht.

Verifizierungsindikatoren

Bis zu drei wesentliche Finanzpartner*innen; jeweils Partnerinstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen) mit dem Partnerinstitut

2022:

Partner*inneninstitut	Finanzprodukt	Geschäftsumfang (Jahresvolumen) (in €)
Oberbank	Geschäftskonto	120.000
Erste Bank	Geschäftskonto	750.000

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt B1.3

- Erste Bank anfragen wegen "grünem" Konto.
- Ein Gemeinwohlkonto gibt es leider nicht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Konto bei einer ethischen Bank, alternativ ein grünes Konto (ist aber aus meiner Sicht immer noch eher green washing)

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Berichtsfragen

- Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden, und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?
- Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Berichtsantwort

Die Mitarbeiter*innen sind die Seele des Unternehmens und damit werden betriebliche Überschüsse vorrangig in die Weiterbildung der Mitarbeiter*innen investiert und in 2. Linie in die Verbesserung der Software. Dies gewährleistet einerseits top ausgebildete und damit motivierte Mitarbeiter*innen. Da wir mehrheitlich durch Eigenkapital finanziert sind, wird mit oder ohne Ausschüttung von Kapitalerträgen keine Neuverschuldung initiiert. Grundsätzlich haben die Eigentümer aber kein vorrangiges Interesse an Kapitalerträgen. Wichtiger ist ein faires Einkommen aller, inkl. der Eigentümer.

Es arbeiten alle Gesellschafter im Unternehmen mit und es gibt keine Ausschüttungen.

Verifizierungsindikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit

2022: 35.000 €

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben

2022: 15.000 €

Getätigter strategischer Aufwand

2022: 15.000 €

Anlagenzugänge

2022: 0 €

Zuführung zur Rücklage

2022: 26.658 €

Rückstellung für nicht konsumierte Urlaube, Steuerberater und Finanzamt.

Auszuschüttende Kapitalerträge

2022: 0 €

Auszuschüttende Kapitalerträge in % vom Stamm- oder Grundkapital

2022: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt B2.1

Laufende Updates der verwendeten Programme und Schulungen (insbesondere EDV) der Mitarbeiter*innen.

B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmittel

Berichtsfragen

- Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?
- Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?
- Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt?

Berichtsantwort

Wir haben keinerlei unfaire Verteilung von Geldmittel. Wir entlassen keine Mitarbeiter*innen trotz Gewinnes und wir zahlen keine 2-stelligen Renditen für Kapitalerträge. Im Gegenteil, es werden von den Eigentümern keine Kapitalerträge erwartet und es gibt auch keine nicht mitarbeitenden Gesellschafter - das ist uns sehr wichtig und wird auch so bleiben.

Laut Steuerberater müssen wir bei Gesellschafter Darlehen zumindest 2 % Zinsen verrechnen da man davon ausgeht, dass man von fremden Dritten ohne Zinsen kein Geld bekommt. Das stimmt aber in der heutigen Zeit so nicht mehr. Siehe Vermögenspool oder direkt Darlehen.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen

Berichtsfragen

- Welche Sanierungsziele an/ in den eigenen Anlagen haben soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt, und welche Förderprogramme können genutzt werden?
- Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?
- Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

Berichtsantwort

Wir sind mit beiden Büros in einem Passivhaus eingemietet und tätigen damit keine Sanierungen. Mittelfristig wollen wir in eine PV-Anlage (auf fremdem Eigentum) und in Elektroautos investieren.

Verifizierungsindikatoren

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs

2022:

Geplante Investition	Betrag (in €)
Elektroauto	30.000
PV-Anlage	15.000

Realisierung der ökologischen Sanierung

Wir arbeiten in einem Passivhaus, versorgt mit erneuerbarer Energie.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt B3.1

Laufende Überprüfung welche Baustellen sinnvoller Weise mit öffentlichen Verkehrsmitteln besucht werden können.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Anschaffung eines weiteren e-Autos als Pool-Car
- Klima-Ticket für die als Bauleiter tätigen Mitarbeiter*innen und die Geschäftsführung

B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen

Berichtsfragen

- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?
- Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

Berichtsantwort

Wir investieren derzeit nur in unseren eigenen Betrieb, vorrangig in unsere Mitarbeiter*innen.

Verifizierungsindikatoren

Finanzierte Projekte

2022:

Projekt	Betrag (in €)	Anteil der Geldanlagen (in %)
keine	0	

Fonds-Veranlagungen

2022:

Fonds	Betrag (in €)	Anteil der Geldanlagen (in %)
keine	0	

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt B3.2

Es wurden keine sozio-ökologischen Projekte finanziert und auch nicht in Fonds veranlagt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- e-Autos anschaffen

B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfragen

- Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?
- Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung, und welche Wirkung wird damit erreicht?
- Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Berichtsantwort

Wir setzen keine ökologisch bedenklichen Ressourcen ein und aus diesem Grund gibt es auch keine Abhängigkeit. Ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern ist für uns nicht relevant, da wir schon seit nahezu 20 Jahren keine verwenden.

Wir sind schon einen Schritt weiter und betreuen auch keine Projekte in denen fossile Energie verwendet wird. Für den Fall, dass wir den Auftraggeber nicht von einer anderen Energieerzeugung überzeugen können, verzichten wir auf den Auftrag.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt B3.3

Laufendes Einwirken auf unsere Auftraggeber, sich von fossilen Energien zu befreien.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Verstärktes Drängen auf den Einsatz von Naturbaustoffen.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert, und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?
- Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?
- Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?

Berichtsantwort

Wir sind eine GesmbH die bis vor Kurzem einen geschäftsführenden Gesellschafter hatte. Gemeinsam mit allen Mitarbeiter*innen wurde ein Mitarbeiter*innenbeteiligungsmodell entwickelt. Es wurde bis jetzt von 1 Mitarbeiter, der damit zum Partner (Gesellschafter) wurde, angenommen.

Ziel ist es, dass sämtliche Mitarbeiter*innen nach transparenten Kriterien entscheiden können, ob sie Partner werden und damit in späterer Folge das Unternehmen ohne den Gründer fortführen. Die Erfahrung bis jetzt hat gezeigt, dass die Mitarbeiter*innen sich vor der zusätzlichen Verantwortung scheuen und damit eher von diesem Angebot keinen Gebrauch machen.

Das Kernteam wird auf eigenen Wunsch aber auch weiterhin ohne direkte Beteiligung in sämtliche unternehmensrelevante Entscheidungen mit eingebunden.

Wir sind zuversichtlich, dass aufgrund des begonnenen Prozesses und der damit verbundenen Bewusstseinsbildung in naher Zukunft die Beteiligungsstruktur am Unternehmen vergrößert wird.

Verifizierungsindikatoren

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %)

2022:

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	70
Führungskräfte	
Mitarbeitende	30
Kund*innen	
Lieferant*innen	
weiteres Umfeld	
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	
Summe	

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt B4.1

Mitarbeiter*innenbeteiligungsmodell wurde entwickelt und eingeführt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Noch mehr Aufklärung über die Vor- und Nachteile einer Beteiligung am Unternehmen, damit die Anzahl der Eigentümer erhöht werden kann. Ziel 50 % der Mitarbeiter*innen sollen Eigentümer sein.

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

Berichtsfragen

- Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?
- Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

Berichtsantwort

Wir haben keinen Wachstumszwang und planen keine feindlichen Übernahmen. Wenn überhaupt können wir uns vorstellen ein Unternehmen zu übernehmen das qualifizierte gut ausgebildete Mitarbeiter*innen, aber keinen Nachfolger hat. Die Übernahme würde in Absprache mit dem Eigentümer und sämtlichen Mitarbeiter*innen sehr transparent erfolgen und uns ermöglichen unsere Kunden noch persönlicher zu betreuen.

Vor einer feindlichen Übernahme sind wir als kleines Dienstleistungsbüro ohne Fremdfinanzierung automatisch geschützt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt B4.2

Wir haben mit einem 66-jährigen Eigentümer eines Dienstleistungsbüros ohne Nachfolger mit ca. 5 Vollzeit-Mitarbeiter*innen Fortführungsgespräche auf Augenhöhe geführt. Diese konnten aber bisher nicht abgeschlossen werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Mitarbeiter*innenbeteiligungsmodell weiterentwickeln und damit den Fortbestand des Unternehmens sichern.

C Mitarbeitende

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Berichtsfragen

- Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?
- Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?
- Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Berichtsantwort

Wir legen Wert auf klare Struktur und nahezu sämtliche Prozesse im Unternehmen sind digital abgebildet. Jeder/Jede neue Mitarbeiter*in bekommt eine grundsätzliche Einführung und wird dann gezielt an einzelne Aufgaben, die seinen Fähigkeiten aber auch Wünschen entsprechen, herangeführt.

Zum allgemeinen Austausch gibt es einmal in der Woche ein abteilungsübergreifendes Meeting, in dem auch die Arbeiten und Aufgaben der Woche fair verteilt werden. Zusätzlich gibt es für die Techniker einmal in der Woche, in der Regel am Freitag, ein Technikerfrühstück bei dem ein Austausch auf fachlicher Ebene zu den einzelnen Projekten erfolgt.

Hier liegt das Augenmerk darauf was lief gut und was weniger gut, damit die Kollegen voneinander lernen können. Es wird aktiv darauf geachtet, dass ein wertschätzender Umgang ohne Schuldzuweisungen (für passierte Fehler) gepflegt wird.

Es wird von Anfang an Wert auf selbständiges Arbeiten gelegt und die Mitarbeiter*innen übernehmen schon sehr früh kleine Projekte, die sie eigenverantwortlich mit eigener Zeiteinteilung abarbeiten.

Die externe Weiterbildung der Mitarbeiter*innen wird gefördert und unterstützt, insbesondere mit an die Ausbildung angepassten flexiblen Arbeitszeiten.

Mit der Zeit wachsen die Projekte. Unabhängig davon gibt es eine gepflegte open door-Politik - die Mitarbeiter*innen können jederzeit geplant oder auch ungeplant mit der Geschäftsführung und mit den Eigentümern Gespräche führen.

Verifizierungsindikatoren

Fluktuationsrate

2022: 0 %

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

2022: 8 Jahre

Anzahl an Bewerbungen auf Stellenausschreibungen

2022: 0

Wir haben 2022 keine Stelle ausgeschrieben. Erfahrungen aus den Vorjahren haben gezeigt, dass wir keine Bewerbungen mit den gewünschten Qualifikationen und menschlichen Skills erhalten. Bei uns bewerben sich zukünftige Kollegen in der Regel aufgrund von Empfehlungen durch unsere bestehenden Mitarbeiter*innen selbst. Insbesondere junge Menschen werden von unserer Philosophie angesprochen.

Anzahl an Initiativbewerbungen

2022: 3

Anzahl an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

2022: 1

Bei uns wird unregelmäßig 1- bis 2-mal im Jahr mündlich die Zufriedenheit der Mitarbeiter*innen durch die Geschäftsführer (Eigentümer) aktiv abgefragt und ist aufgrund der Mitarbeit der beiden Geschäftsführer im gleichen Büro erleb- und spürbar. Der Prozess ist aber nicht formalisiert.

Regelmäßigkeit von Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

2022: Unregelmäßig

1- bis 2-mal pro Jahr

Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro mitarbeitender Person bzw. nach Führungsebene

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt C1.1

Wöchentliche Besprechungen einerseits zum Einteilen der laufenden Arbeit und andererseits zur persönlichen Weiterentwicklung und/oder Bekanntgabe der jeweiligen Bedürfnisse.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Workshop mit allen Mitarbeiter*innen zum besseren Kennenlernen als eine Verbindung von Teambuilding und Wertschätzung der Aufgaben/Arbeiten der anderen Abteilungen.
- Regelmäßige (formalisierte) Mitarbeiter*innenzufriedenheitsabfrage

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Berichtsfragen

- Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?
- Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein, und welche Maßnahmen werden zu ihrem Schutz getroffen?

Berichtsantwort

Wir haben im Berichtszeitraum eine Arbeitsplatzevaluierung inkl. Sitzverhalten unserer Mitarbeiter*innen durchgeführt. Das klassische Ergebnis war, dass wir alle falsch bzw. schlecht sitzen und wir haben dann begonnen gemeinsam regelmäßige Trainings durchzuführen (insbes. Bewusstseinsbildung). Leider ist das im Laufe der Wochen wieder eingeschlafen.

Wir informieren aktiv, dass sich unsere Mitarbeiter*innen regelmäßig bewegen sollen und unterstützen allenfalls mit Gutscheinen für ein Fitnesscenter. Weiters weisen wir aktiv auf die Möglichkeit einer Gesundenuntersuchung durch die ÖGK hin.

Über gesunde Ernährung wurde insbesondere im Zuge unserer wöchentlichen gemeinsamen Salattage gesprochen. Leider mussten diese aufgrund der langen Vorbereitungszeiten wieder verworfen werden.

Unser Hauptaugenmerk liegt derzeit bei einer ausgewogenen work life balance. Feiertage und Wochenende sind grundsätzlich frei und wir erlauben im besten Fall 10 cheating-days pro Jahr. Das funktioniert wirklich gut.

Da wir auch sehr viel auf Baustellen sind und dort für die Arbeitssicherheit verantwortlich sind, ist das Tragen der persönlichen Schutzausrüstung ein Muss (diese wird vom Unternehmen zur Verfügung gestellt).

Verifizierungsindikatoren

Gesundheits-/ Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)

2022:

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
alle	98

Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen

2022: 0 Tage

Die Geschäftsführung hat darauf hingewiesen, dass wir das nicht wollen.

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

Da wir sehr viel im Bereich der Baustellenkoordination (Arbeitssicherheit auf Baustellen) arbeiten, gibt es bei uns keine Arbeitsunfälle.

In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt C1.2

Arbeitsplatzevaluierung mit anschließendem Erarbeiten von Bewegungsroutinen für den Ausgleich zum vielen (teilweise schlechtem) Sitzen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Eine Art Belohnungssystem für mehr Bewegung im Alltag entwickeln.
- Wieder verstärktes Augenmerk auf die Sitzgewohnheiten der Mitarbeiter*innen legen.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Berichtsfragen

- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?
- In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen, und was wird dagegen getan?
- Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Berichtsantwort

In unserem Unternehmen wird Diversität gelebt. Es gibt keinerlei Benachteiligung und auch keine Gehaltsspreizung zwischen den Geschlechtern. Wir haben für ein technisches Büro einen hohen Frauenanteil. Bei gleicher Qualifikation bevorzugen wir die Frau.

Trotz der Tatsache, dass ein gutes Deutsch für unsere Mitarbeiter*innen unabdingbar ist, geben wir Menschen mit Migrationshintergrund, die noch nicht so gut deutsch sprechen, eine Chance. Diese müssen sich aber verpflichten ihr Deutsch in einer angemessenen Frist zu verbessern.

Ältere Mitarbeiter*innen werden möglichst lange, auch mit flexiblen Arbeitszeitmodellen als Senior Consultants im Unternehmen gehalten. Dies passiert insbesondere auch auf Wunsch der jüngeren Mitarbeiter*innen, die den Erfahrungsaustausch sehr schätzen.

Verifizierungsindikatoren

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (z.B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/ psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen

2022:

3 Frauen und 7 Männer, davon 2 über 60 Jahre alt

2 Männer als Geschäftsführer. Ein Teil der Frauen wurden gefragt, wollten aber nicht.

Sexuelle Orientierung, Religion und ähnliches, ist bei uns nicht relevant und wird daher nicht erhoben. Jeder darf sein, wie er will.

Der Frauenanteil ist für ein technisches Büro über dem Branchendurchschnitt.

In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/ Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro mitarbeitender Person

2022:

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
AUVA Schwerpunkt sitzen	4
Gymnastik	5

Gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)

2022:

Wird nicht erhoben, aber niemand wird ausgeschlossen oder bevorzugt.

Karenzdauer von Müttern

2022: 0 Monate

Im Berichtsjahr kein Thema

Karenzdauer von Vätern

2022: 0 Monate

Im Berichtsjahr kein Thema

Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/ Fluktuationen

2022:

2022 wurde niemand eingestellt aber auch niemand entlassen. Alle Mitarbeiter*innen konnten erstmalig nach Corona wieder gut ausgelastet werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt C1.3

Vergrößerung der Geschäftsführung von 1 auf 2 Personen, mit dem Wunsch zusätzlich auch eine Frau in die Geschäftsführung zu bekommen. Das ist vorerst nicht gelungen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Anteil der Mitarbeiter*innen die Verantwortung übernehmen (wollen) erhöhen.
- Frauenanteil bei den Mitarbeiter*innen erhöhen.

C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?
- Welche Rückmeldungen dazu gibt es im Betriebsrat bzw. in der Personalabteilung?
- Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

Berichtsantwort

Bei uns gibt es keinerlei menschenunwürdiges Verhalten und/oder Arbeitsbedingungen. Dies war in den letzten 30 Jahren bei uns kein Thema.

Verifizierungsindikatoren

Statement von Betriebsrat und/ oder Personalabteilung zu diesen Fragen

2022:

Wir haben keinen Betriebsrat und personalverantwortlich sind die beiden Geschäftsführer.

Statement: Bestätigung, dass es keine diesbezüglichen Beanstandungen gibt.

Gerichtsprozesse/ Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab

2022:

Es gab und gibt keine Prozesse.

Anzahl/ Inhalt der Beschwerden von Seiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden

2022:

0 Beschwerden

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt C1.4

Die Mitarbeiter*innen entscheiden selbst über ihre gewünschten Arbeitszeiten und stimmen sich dann untereinander über die Aufteilung der anliegenden Arbeiten ab.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Berichtsfragen

- Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten, und wie transparent sind die zugrunde liegenden Konditionen?
- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Berichtsantwort

Unsere Mitarbeiter*innen werden alle über dem Kollektivvertrag bezahlt. Die Überzahlung beträgt in der Regel 10 bis 30 %. Es gibt bei uns keine all in-Verträge und die Überstunden werden in der Regel mit Zeitausgleich abgegolten bzw. auf Wunsch auch ausbezahlt. In der Regel versuchen wir die Arbeit im Rahmen unserer wöchentlichen Meetings so aufzuteilen, dass keine Überstunden notwendig sind. Die Auf- und Einteilung der Arbeit erfolgt gemeinsam.

Der Verdienst ist aufgrund unserer Flexibilität der Arbeitsverhältnisse zu 100 % selbst gesteuert. Ein Großteil unserer Mitarbeiter*innen beginnt schon während der Schulzeit bei uns zu arbeiten, zuerst als Praktikant und dann während der Studienzzeit als Teilzeit-Mitarbeiter*innen. Die Teilzeit kann an das Studium individuell sehr kurzfristig, in Abstimmung mit dem Kernteam, angepasst werden (Stichwort Prüfungszeit).

Verifizierungsindikatoren

Höchstverdienst

2022: 4.300 €

Mindestverdienst

2022: 1.900 €

Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst)

2022:

1:2,5

Wir haben ein Statement, dass es max. 1:3 sein darf.

Medianverdienst

2022: 2.400 €

Schwierig da unsere Mitarbeiter*innen mehrheitlich zwischen 22,5 und 30 Stunden arbeiten. Wert ist gemittelt auf Basis 39 Stunden.

Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

2022:

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Wien	1.900
Mödling	2.000

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt C2.1

Laufende Anpassung unseres Teilzeitangebotes an die Bedürfnisse der Mitarbeiter*innen. Ein Mitarbeiter begann zu studieren und hat von Vollzeit auf 29 Stunden pro Woche reduziert und kann die Stunden teilweise auch abends oder am Wochenende arbeiten.

In Prüfungszeiträumen kann er auch Minusstunden machen.

Freie Zeiteinteilung ohne Kontrolle. Bedingung: Die Arbeit muss erledigt werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Noch flexibleres anpassen der wöchentlichen Arbeitszeit an die persönlichen Bedürfnisse, aber auch an die tatsächlich vorhandene Arbeit.

Selbstbestimmung des Gehaltes innerhalb der Teams.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Berichtsfragen

- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?
- Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Berichtsantwort

Die Arbeit wird einmal in der Woche verteilt. Als Grundlage gelten die von jedem/jeder Mitarbeiter*in selbst definierten zur Verfügung gestellten Stunden (Teilzeit, Vollzeit, Geringfügig). Es gibt eine Mindestarbeitszeit mit Anwesenheit (ca. 70 % der vereinbarten Stunden) und der Rest kann vollkommen selbstständig eingeteilt werden (z.B. auch am Abend, wenn untertags Vorlesungen sind).

Überstunden spielen für den Erfolg des Unternehmens keine Rolle. Im Gegenteil, wir versuchen soweit wie möglich, Überstunden aufgrund einer ausgeglichenen work life balance zu vermeiden. Z.B. gibt es auch eine Vereinbarung innerhalb des Führungsteams, dass an Feiertagen und Wochenenden nicht gearbeitet wird, aber pro Jahr stehen 10 Schummeltage zur Verfügung, an denen doch gearbeitet werden darf.

Verifizierungsindikatoren

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z.B. 38 Stunden)

2022: 39 Stunden

Gemäß Kollektivvertrag vorgegeben. Intern leben wir 22,5 bis 39 Stunden.

Tatsächlich geleistete Überstunden

2022: 0 Stunden

Sollten tatsächlich einmal Mehrstunden notwendig sein, werden diese zeitnah mittels Zeitausgleich ausgeglichen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt C2.2

Laufende Anpassung der Arbeitszeiten an die Wünsche/Notwendigkeiten aller Mitarbeiter*innen und der Geschäftsführer.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Durchgängige 4-Tage-Woche

Reduzierung der wöchentlichen Arbeitszeit auf 32 Stunden.

C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance

Berichtsfragen

- Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
- Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Berichtsantwort

Es gibt eine Vereinbarung innerhalb des Führungsteams, dass an Feiertagen und Wochenenden nicht gearbeitet wird, aber pro Jahr stehen 10 Schummeltage zur Verfügung, an denen gearbeitet werden darf.

Überstunden sind verpönt, aber sollten aufgrund von Projektspitzen trotzdem welche notwendig sein, werden diese vorrangig in Zeitausgleich umgewandelt.

Die Arbeitszeit ist individuell und selbstbestimmt an die eigenen familiären und sozialen Wünsche anpassbar.

Insbesondere die gemeinnützige Arbeit und externe Weiterbildung wird aktiv unterstützt.

Verifizierungsindikatoren

Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

2022:

Arbeitsmodell	Erläuterungen
Teilzeit	5 bis 32 Stunden pro Woche
Vollzeit	
Geringfügig	
Praktikant	monatlich z.B. während der Ferien

Anzahl der Führungskräfte/ Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z.B. Teilzeit, Jobsharing)

2022:

Arbeitsmodell	Anzahl der Führungskräfte	Anzahl der Mitarbeitenden
Selbstbestimmt	2	8

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt C2.3

Laufendes Anpassen der wöchentlichen Arbeitszeit an die Bedürfnisse der Mitarbeiter*innen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Uns sind keine bekannt.

C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

- Kann für alle Mitarbeitenden ein „lebenswürdiger Verdienst“ sichergestellt werden, und falls nicht, was sind die Gründe dafür?
- Welche Rolle spielt die „investierte“ Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?
- Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung (z.B. Schüler*innen, Auszubildende, Praktikant*innen, Werkstudent*innen) gerechtfertigt?
- Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z.B. bei Saisonarbeit), und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?
- Wie viel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

Berichtsantwort

Wir haben keine befristeten Dienstverträge. Der Verdienst ist auch in der Ausbildung zumindest gem. Kollektivvertrag und kann damit als lebenswürdig angesehen werden. Mitarbeiter*innen wachsen in der Regel mit den Aufgaben und damit die Verantwortlichkeiten. Karriere ist nicht mit Anwesenheit (Mehrstunden) verbunden, sondern mit Wissen und Wollen.

Ferialpraktikanten bekommen zumindest das Gehalt von Maurerlehrlingen (die sind im Spitzenfeld).

Verifizierungsindikatoren

Gewinn

2022: 49.194 €

Höchstverdienst

2022: 4.300 €

Mindestverdienst

2022: 1.900 €

Umgerechnet auf eine 39 Stunden-Woche

Standortabhängiger „Lebenswürdiger Verdienst“

2022:

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Wien	1.900
Mödling	2.000

Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden)

2022: 10 Personen

Mitarbeitendenanzahl

2022: 10

Anzahl der Pauschalverträge

2022: 0

Anzahl der Null-Stunden-Verträge

2022: 0

Anzahl der Zeitarbeitenden

2022: 0 Personen

Mindestvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

Wir haben keine Zeitarbeitenden.

Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

Wir haben keine Zeitarbeitenden.

Anteil von befristeten Arbeitsverträgen

2022: 0 %

Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen

Wir haben keine befristeten Arbeitsverträge.

Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen

2022:

Es gibt keine befristeten Arbeitsverträge.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt C2.4

Laufende Anpassung der wöchentlichen Arbeitszeit an die Bedürfnisse der Mitarbeiter*innen. In der Regel sind das zwischen 22 und 32 Stunden

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Berichtsfragen

- Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz, und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?
- Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/ Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z.B. direkt vom Bauernhof, ein Obstkorb)?

Berichtsantwort

Wir haben keine Kantine aber eine Teeküche. Wir haben im Berichtszeitraum laufend über das Thema Ernährung und Bewegung informiert und auch einen wöchentlichen Salattag eingeführt. Weiters wurde 1-Mal in der Woche gemeinsam gekocht (in Kleingruppen) und dann gemeinsam gegessen. Das Kochen wurde später aufgrund logistischer und anderer Herausforderungen wieder eingestellt. Gemeinsam gegessen wird weiterhin 1-Mal die Woche. die Mitarbeiter*innen bringen entweder selbst etwas mit oder es wird gemeinsam bestellt. Die Zustellung erfolgt mittels Fahrradboten.

Die Angebote konnten bis jetzt nicht nachhaltig eingeführt werden.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

2022: 0 %

Es gibt keine gemeinsame Verpflegung.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt C3.1

Einführung eines Salattages und von gemeinsamen Mittagessen an zumindest zwei Tagen in der Woche. Leider wurde der Salattag auf Wunsch der Mitarbeiter*innen wieder gestrichen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Gemeinsam mit gesunden Lebensmitteln kochen wieder aktivieren.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Berichtsfragen

- Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
- Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?
- Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

Berichtsantwort

Unser Büro ist für die meisten Mitarbeiter*innen fuß- oder radläufig erreichbar. Einige kommen trotz laufender Belehrung immer noch mit dem Auto in die Arbeit. Die Öffis sind leider nicht attraktiv und daher nutzt auch die bereits versuchte Beistellung von Wochen- und Monatskarten nichts.

Es gibt eine Fahrgemeinschaft mit 2 Mitarbeitern.

Dienstreisen werden nach Möglichkeit öffentlich durchgeführt. Baustellenbesuche mit dem PKW. Alle PKW´s insbes. unser Poolauto sollen zeitnah auf Elektro umgestellt werden.

Es wird aktiv laufend darauf hingewiesen, dass die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel unterstützt wird und die Kosten übernommen werden.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß

2022:

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	20
Rad	20
PKW	60
Öffentliche Verkehrsmittel	0
Summe	100

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt C3.2

Angebot für die Bereitstellung von Wochen- und Monatskarten

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Klimaticket zur Verfügung stellen.

Firmenfahrräder anschaffen.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse

Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?
- Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?
- Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

Berichtsantwort

Wir sind Mitglied in vielen Organisationen, die sich mit Ökologie und Nachhaltigkeit beschäftigen. Unter anderem in der Interessensgemeinschaft passivhaus, ARGE erneuerbare Energie, im Cluster bauen Energie Umwelt, im Verein für Gemeinwohlökonomie und der Genossenschaft für Gemeinwohl. Wir kommunizieren das intern und jeder/jede Mitarbeiter*in hat die Möglichkeit sich aktiv einzubringen und/oder Schulungen der Organisationen zu besuchen. Wir informieren regelmäßig über Ökologie und Nachhaltigkeit und bieten aktiv die Möglichkeit bei Klimaschutzprotesten (in der Arbeitszeit) teilzunehmen.

Immer wieder ist auch Mobilität ein Thema, sowohl beruflich als auch privat.

In der Branche sind wir seit mehr als 15 Jahren für ökologisches Bauen bekannt und werden aus diesem Grund auch immer wieder direkt angefragt. Wir leben das Thema nach innen und außen als Selbstverständlichkeit.

Verifizierungsindikatoren

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten

2022: 90 %

Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden

2022: 50 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt C3.3

Regelmäßige Information über Auswirkungen des persönlichen und beruflichen Mobilitätsverhaltens auf die eigene Gesundheit und die Umwelt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Betriebsinterne regelmäßige Vorträge zur Klima- und Biodiversitätskrise aber auch gesellschaftlichen Themen.

Ergänzend zu unserer Fachbibliothek sollen Bücher zu den relevanten Themen ergänzt und zur Verfügung gestellt werden.

C3.4 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfragen

- Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

Berichtsantwort

Bei uns gibt es kein umweltschädliches Verhalten und wenn eines bekannt werden würde, würde es sofort gestoppt werden. So ein Verhalten wird von den Eigentümern und dem Kernteam auf keinen Fall akzeptiert.

Es gibt Geschäftsfahrzeuge der sogenannten Oberklasse (>180g/km CO₂)

2022: Nein

Regeln, die ökologischer Nachhaltigkeit entgegenstehen

2022:

Es gibt Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist, z.B. Fliegen statt Bahnfahren, weil billiger – Nein

Es gibt Konsumangebote mit hohem Verpackungsanteil (Kaffeekapseln, Essensverpackungen aus PET, Getränkeangebot in Einmalverpackung etc.) trotz möglicher Alternativen – Ja

Es gibt Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte – Nein

An einem der beiden Bürostandorte gibt es noch Kaffeekapseln.

Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist

Konsumangebote mit hohem Verpackungsanteil trotz möglicher Alternativen

Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte

Im Betrieb ist ein nachlässiger Umgang mit Abfällen sichtbar, z.B. keine Abfalltrennung (Hausmüll, Betriebsabfälle, Schrott ohne Trennung in Materialien etc.)

2022: Nein

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Berichtsfragen

- Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?
- Wie leicht/ schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?
- Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?
- Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

Berichtsantwort

Bei uns werden alle Unterlagen digital abgelegt und jeder/jede Mitarbeiter*in hat auf alle Unterlagen, ausgenommen die Personalunterlagen der einzelnen Mitarbeiter*innen (Datenschutz) Zugang.

Da die Kalkulation jedes Projektes sehr transparent unter Einbeziehung der Mitarbeiter*innen erfolgt und im Falle der Beauftragung Grundlage für die Abwicklung ist, sind auch diese Unterlagen für alle zugänglich inkl. eines SOLL/IST-Vergleiches der kalkulierten Stunden für jeden Auftrag.

Verifizierungsindikatoren

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung)

2022: 80 %

Bei uns gibt es de facto keine kritischen Unterlagen. Es sind aber die gesetzlichen Auflagen des Datenschutzes einzuhalten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt C4.1

Zugriff digitale Ablageordner für alle ermöglicht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Aktives regelmäßiges kommunizieren kaufmännisch relevanter Zahlen. Die soll am Beginn in halbjährlichen Meetings erfolgen.

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Berichtsfragen

- Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?
- Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?
- Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

Berichtsantwort

Der Gesellschaftsgründer war die alleinige Führungskraft. Im Zuge eines geplanten Mitarbeiter*innenbeteiligungsprojektes das mit allen Mitarbeiter*innen aktiv besprochen, aber nur von einem Mitarbeiter vorerst angenommen wurde, ist die Geschäftsführung erweitert worden. Der neue Gesellschafter ist auch Geschäftsführer geworden. Das wurde von allen anderen so gewünscht.

De facto ist es aber so, dass alle Entscheidungen im Kernteam gemeinsam getroffen werden. Damit gibt es automatisch eine Rückkopplung zu den beiden formalen Geschäftsführern.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/ Gespräch/ Mitgestaltung/ Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden

2022: 50 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt C4.2

Einführung eines Mitarbeiter*innenbeteiligungsprogramms

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Arbeiten an der Akzeptanz des Beteiligungsmodells = die Furcht vor Verantwortung nehmen.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

- Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?
- Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?
- Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

Berichtsantwort

Bei uns bekommen alle neuen Mitarbeiter*innen schon recht bald Projektverantwortung. Diese werden dann im Wesentlichen eigenverantwortlich abgewickelt. Die Projekte werden im Laufe der Zeit immer grösser.

Weiters gibt es für alle die Möglichkeit Teilhaber des Unternehmens zu werden und damit auch organisatorisch Verantwortung zu übernehmen. Grundsätzlich ist es so, dass sämtliche übergeordneten Entscheidungen im Kernteam (Teilhaber oder nicht) getroffen werden. Die betrifft vor allen die Hereinnahme von Aufträgen von neuen Kunden, die Auswahl von neuen Mitarbeiter*innen und die Erweiterung der Geschäftsfelder.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung getroffen werden

2022: 80 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt C4.3

Laufende Vergrößerung der Anzahl der Mitarbeiter*innen die Entscheidungen gemeinsam erarbeiten.

Wir wollen Richtung 100 % Gemeinschaftsentscheidungen (sofern von allen Mitarbeiter*innen gewünscht), dazu braucht es aber noch ein paar organisatorische und abwicklungstechnische Voraussetzungen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kontinuierliche Entwicklung der Entscheidungsprozesse unter Einbindung der Soziokratie.

C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfragen

- Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?
- Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?
- Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?

Berichtsantwort

Betriebsrat ist bei uns aufgrund der Betriebsgröße kein Thema da sowieso ein Großteil der Mitarbeiter*innen im Zuge der wöchentlichen Besprechungen gut informiert sind und im Kernteam die Entscheidungen gemeinschaftlich durchgeführt werden. Die Mitarbeiter*innen haben sich auch dezidiert gegen einen Mitarbeiter*innenvertreter, da sich alle gut informiert und vertreten fühlen, ausgesprochen.

Dies liegt wahrscheinlich auch an unserer Betriebsgröße und dem sehr offenen und wertschätzenden Umgang miteinander.

Verifizierungsindikatoren

Betriebsrat: vorhanden/ nicht vorhanden

2022: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt C4.4

Die Mitarbeiter*innen werden nicht vertreten, sondern aktiv eingebunden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Regelmäßige instrumentalisierte (z.B. 1-Mal im Jahr) Abfrage, ob ein Betriebsrat gewünscht ist.

D Kund*innen und Mitunternehmen

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Berichtsfragen

- Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?
- In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?
- Wie wird auf Kund*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

Berichtsantwort

Wir machen derzeit wenig klassische Werbung und gewinnen neue Kunden. In der Regel durch Weiterempfehlung und Mund-zu-Mund-Propaganda. Wir arbeiten hauptsächlich b2b und sehen uns als ausgelagerte Bauabteilung von z.B. family-offices mit Immobilienbestand und Hausverwaltungen ohne eigene Bauabteilung. Immer öfter sind wir in der zeitnahen Vergangenheit auch als Spitzenlastabdeckung eingesetzt worden.

Wir bemühen uns so früh wie möglich bei Projekten dabei zu sein und präferieren immer mehr einen kooperativen Planungs - und Steuerungsansatz. Dabei werden in der Regel vor Projektbeginn Teams zusammen gestellt die im kooperativen gemeinsamen Arbeitseinsatz auf Augenhöhe, im besten Fall mit einer open-book-politik, Projekte betreuen. Dies passiert auch schon vor einer offiziellen Beauftragung und die ersten Erfahrungen zeigen, dass die Qualität der Zusammenarbeit, aber auch des Projektes deutlich besser ist und oft auch die Kosten günstiger ausfallen, da die ganzen Reibungsverluste wegfallen.

Damit steht immer die Qualität des Projektes im Vordergrund und nicht der eigene Umsatz und/oder Gewinn-Optimierung.

Manchmal entstehen bei dieser Arbeitsweise auch neue Kundenwünsche die, wenn es gewünscht ist, durchaus in neue Produkte einfließen. Ein typisches Beispiel dafür sind Sanierungskonzepte für Bestandsobjekte, die sich aufgrund der Vielzahl an erstellten Energieausweisen ergeben haben, oder Gebäude-Zertifizierungen die immer öfter gewünscht werden.

Reklamationen gibt es in unserem Bereich kaum. Wünsche der Auftraggeber gewisse Dinge anders zu machen oder z.B. eine bereits erfolgte Leistung anzupassen, werden von uns gerne angenommen und in der Folge erledigt.

Verifizierungsindikatoren

Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen

2022:

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Marketing	10.000	50
Inserate	800	5
google	6.000	35

Fixe Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2022: 0 %

Umsatzabhängige Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2022: 0 %

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/ nein?

2022: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D1.1

Beginn der Zusammenarbeit mit einer Werbeagentur (Gemeinwohlaffin und Teilnehmer dieser peer group) um ein strategisches Werbekonzept zu erarbeiten insbes. in Bezug auf mittel- und langfristige Ziele.

Regelmäßige Abfrage des Bedarfes unserer Stammkunden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kooperationsprojekte initiieren bzw. Projektteams zusammenstellen und gemeinsam anbieten.

Eigene Projekte mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit initiieren und dann gemeinsam mit Gemeinwohl orientierten Unternehmen abarbeiten.

D1.2 Barrierefreiheit

Berichtsfragen

- Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?
- Welche benachteiligten Kund*innengruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?
- Wie wird benachteiligten Kund*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen erleichtert?
- Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlangagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer*innen erhalten?

Berichtsantwort

Aus unserer Sicht gibt es keine Hürden für die Inanspruchnahme unserer Dienstleistungen und damit haben wir auch keine benachteiligten Kundengruppen bis jetzt identifiziert.

Wir arbeiten nahezu ausschließlich b2b. Bei uns wird jede Kundenanfrage individuell erfasst und nach tatsächlichem Aufwand kalkuliert. Dabei ist es vollkommen uninteressant, von wem die Anfrage kommt - kleine und große Unternehmen werden dadurch automatisch gleich behandelt.

Verifizierungsindikatoren

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innengruppen gekauft wird

2022: 0 %

Bei uns wird niemand benachteiligt oder ausgeschlossen. Zugang zu unseren Dienstleistungen ist für alle offen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D1.2

Für den seltenen Fall, dass wir für Privatkunden arbeiten, gibt es den Sonderfall der Jungfamilie. In diesem Fall werden Teile unserer Leistung nur mit den Selbstkosten oder gar nicht verrechnet. Dies passiert aber derzeit noch individuell und nicht strukturiert.

Uns ist es lieber, statt über Nachlässe zu sprechen, einfach im Einzelfall gar nichts zu verrechnen und dies als Beitrag zur Gesellschaft zu sehen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Konzentration auf gemeinwohlorientierte und gemeinnützige Unternehmen.

Verschriftlichung der Kriterien von Angeboten für sozial schwächere in Verbindung mit einem fixen Budget.

D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfragen

- Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?
- Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Berichtsantwort

In unserem Unternehmen gibt es keinerlei unethische Werbemaßnahmen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische Kampagnen entfallen

2022: 0 %

Anteil der Werbeausgaben, die auf unethische Kampagnen entfallen

2022: 0 %

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?
- Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?
- In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?
- Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

Berichtsantwort

Wir als Dienstleister für die Planung und das Projektmanagement von Hochbauten aller Art (wohnen und arbeiten) arbeiten mehrheitlich in Teams in unterschiedlichen Funktionen. Teilweise als Fachplaner und damit einfaches Teammitglied, aber auch als Projektleiter, der entweder das Team zusammenstellt oder von Kunden beauftragte Planer koordiniert. In diesem Team wird immer wertschätzend auf Augenhöhe zum Wohle des Projektes agiert. Für den Fall, dass Probleme auftauchen, werden diese gemeinsam partnerschaftlich gelöst.

Wir sind gerade dabei den nächsten Schritt zu gehen und schon bei der Planung die für die Ausführung der Hauptgewerke in Frage kommenden Firmen mit ins Projektteam zu holen. Dies hauptsächlich damit die Ausführungskompetenz von Anfang an in die Planung miteinfließt und dies zu einer besseren Qualität des Objektes, aber in der Regel auch zu günstigeren Gesamtkosten führt. Da die ausführenden Firmen in dieser Phase der Projekte noch keinen Auftrag haben, wird vereinbart, dass für den seltenen Fall, dass sie dann doch nicht mit der Ausführung beauftragt werden, eine Aufwandsentschädigung erhalten.

Wir kooperieren mit Fachplanern der gleichen Branche und tauschen uns regelmäßig aus. Durch die sehr offene Zusammenarbeit erfolgt automatisch ein regelmäßiger Erfahrungsaustausch.

Verifizierungsindikatoren

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – in Stunden/ Jahr?

2022: 3.500 Stunden

Wir wissen es nicht genau, aber zumindest 50 % unserer Arbeitszeit. Der Wert ist eine Annahme.

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – als %-Anteil?

2022: 60 %

Da für uns Bauleitung auch Kooperation ist, ist der Wert sicher höher als 50 %. Daher Annahme mit 60 %.

Wie viel Prozent von Zeit/ Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/ erzielt?

2022:

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	200	20.000
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen	0	0
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe	100	10.000

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

2022:

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards – Ja

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Ja

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards – Nein

Wir arbeiten aktiv in der Landesinnung Bau in verschiedenen Ausschüssen mit. Weiters arbeitet unser Bmstr. Ing. Kiessler bei der Lehrlingsprüfung und Konzessions(meister)prüfung mit und ist Beirat im Cluster bauen Energie und Umwelt. Weiters sind wir aktive Mitglieder in der Interessensgemeinschaft passivhaus und der Arbeitsgemeinschaft erneuerbare Energie.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D2.1

Zusammenstellung des ersten Kooperationsteams inkl. der ausführenden Firmen nach Entwurf aber vor Einreichung für den Rohbauhülle fertig (Baumeister und Holzbauunternehmen)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kooperationsteam vor dem ersten Vorentwurf zusammenstellen.

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Berichtsantwort

Wir geben laufend Aufträge weiter oder bekommen welche vermittelt. In allen Fällen erfolgt keinerlei monetäre Vergütung. Wir erwarten nur, dass dies wechselseitig passiert. Sollte bei uns der Eindruck entstehen, dass das nur in einer Einbahnstraße erfolgt, wird die Vermittlung an das jeweilige Unternehmen eingestellt.

Verifizierungsindikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2022:

Unternehmenskategorie	Anzahl der Arbeitskräfte	Mitarbeitendenstunden
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2022:

Unternehmenskategorie	Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	25
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	5

Wie hoch ist die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2022:

Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0	0

Die Situation hat sich noch nie ergeben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D2.2

Laufende Weitergabe und Entgegennahme von Aufträgen an/von Unternehmen der gleichen Branche. Weiters geben wir viele Aufträge an Dienstleister anderer Branchen (z.B. Statiker und Haustechniker) weiter.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Aushelfen mit Geldmitteln.
Aushelfen mit Mitarbeiter*innen.

D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?
- Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern, und wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

Berichtsantwort

Wir haben keinerlei Ambitionen die Marktführerschaft in irgendeinem Bereich zu erlangen. Im Gegenteil, wir schätzen regionales Handeln und Wirken in Kooperation. Uns ist keine Situation in unserem Wirken bekannt in der wir andere Unternehmen stören oder blockieren. Schädigung, egal in welchem Bereich, schließen wir kategorisch aus.

Verifizierungsindikatoren

Findet ein wertender Vergleich (besser/ schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmern in der Kommunikation statt?

2022: Nein

Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?

2022: Nein

Werden geheime/ verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?

2022: Nein

Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmern, Kund*innen oder Produzent*innen in der Unternehmensstrategie verankert?

2022: Nein

Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/ Forschung/ Innovation blockieren könnten bzw. sollen?

2022: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D2.3

Wir haben erste Gespräche mit Mitunternehmern geführt, wie wir in Zukunft eine Kooperation strukturieren können. Dies, insbesondere im Bereich des Mitarbeiter*innenmanagements.

Weiters haben wir erstmal mit einem Lieferanten/Händler für Naturbaustoffe die Möglichkeit eines Darlehens zum Kauf von Materialien auf Lager angedacht. Dieses war dann aber erfreulicherweise für den Händler nicht notwendig.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Strukturierung der begonnen nicht formalisierten Prozesse.

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)

Berichtsfragen

- Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?
- Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?
- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?
- Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

Berichtsantwort

Als Dienstleister haben wir keinen Lebenszyklus und die ökologischen Auswirkungen unseres Bürobetriebes werden an anderer Stelle erfasst.

Wir sind laufend bemüht unsere Auftraggeber von den Vorteilen des ökologisch nachhaltigen Bauens zu überzeugen und haben in der Branche auch diesbezüglich einen guten Ruf und werden oft aufgrund unserer Expertise in diesem Bereich angefragt.

Durch die Inanspruchnahme unserer Dienstleistung verbessert sich die Qualität der errichteten Gebäude. Dies kann sich in vielen Bereichen auswirken. Dies drückt sich teilweise in Geldwerten aus, z.B. Einsparung von Energie oder auch in soft skills wie gesunde unbedenkliche Innenraumqualität.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D3.1

Laufende Bewusstseinsbildung über das ökologische nachhaltige Planen und Bauen nach innen und außen und die unzählbaren Vorteile.

Bewusstseinsbildung nach innen über die Auswirkungen des Mobilitätsverhaltens und vermehrte Inanspruchnahme von öffentlichen Verkehrsmitteln. Angebote zur Verfügungstellung von Jahreskarten für die öffentlichen Verkehrsmittel.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Zusätzliche Anschaffung eines e-Autos.

Entwicklung eines Systems zur Bewertung der soft skills - wie z.B. reduzierte Krankenstandstage durch gesunde chemisch unbedenkliche Raumluft.

D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

Berichtsfragen

- Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?
- Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?
- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?
- Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?
- Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

Berichtsantwort

Als Dienstleister im Baubereich haben wir direkt wenig Einfluss auf die Suffizienz unserer eigenen Tätigkeiten. In der Beratung unserer Kunden steht das Thema Nachhaltigkeit und maßvoller Umgang mit Ressourcen an 1. Stelle und der Einsatz von natürlichen Baustoffen und der Einsatz von erneuerbarer Energie steht immer im Vordergrund.

Weiters versuchen wir bei Planungsaufträgen durch geschickte Planung die Nutzflächen zu reduzieren und dies führt in der Regel auch zur Reduzierung von verbauten und damit versiegelten Flächen. Einer unserer Planungsleitsätze lautet - baue kleiner aber das, was du baust in ökologisch und nachhaltig ordentlicher Qualität. Stichwort Mehrkosten Passivhaus. Dies erfolgt auch in dem klaren Bewusstsein, dass wir damit unsere eigenen Honorare reduzieren. (Diese basieren in unserer Branche immer noch in Relation zu den Baukosten)

Gewisse Projekte werden von uns aus Prinzip nicht bearbeitet und damit Aufträge abgelehnt. Dies trifft vor allem Neubauten mit einer fossilen Energieversorgung.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D3.2

Bewusstseinsbildung nach innen warum wir das tun, was wir tun - Stichwort Klima und Biodiversitätskrise.

Laufende Information unserer Kunden in Bezug auf Ökologie der Bauaufgabe. Stichwort Sanierung versus Neubau und welchen Raumbedarf habe ich wirklich.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Erarbeitung eines einfach nachvollziehbaren Konzeptes zur Einschätzung des ökologischen Fußabdruckes einer Bauaufgabe. (ev. CO2-Fußabdruck)

D3.3 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?
- Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

Berichtsantwort

Bauen ist immer eine Erhöhung des Ressourcen- und damit Umweltverbrauches.

Durch die Dienstleistung selbst werden keinerlei negative Auswirkungen auf die Umwelt oder Lebewesen verursacht, aber wir haben einen großen Einfluss auf die späteren Auswirkungen.

Sämtliche Projekte die wir planen und bauen, existieren meist auf lange Zeit. Damit ist alles was wir versäumen auf lange Sicht versäumt. In diesem Zusammenhang versuchen wir immer auf unsere Auftraggeber einzuwirken die Auswirkungen so gering wie möglich zu halten. Es ist auch schon vorgekommen, dass statt eines Neubaus ein Bestandsobjekts saniert wurde. Auch in diesem Bereich gilt - wenn sanieren, dann ökologisch nach letztem Wissensstand. Der Lebenszyklus von Sanierungen ist ca. 30 Jahre. Was heute versäumt wird ist damit für lange Zeit versäumt.

Unsere Beratung startet in der Regel bei einer bedarfsgerechten Ermittlung der tatsächlich notwendigen Flächen und geht immer in Richtung nutzungsflexible Räume und möglichst langer Nutzungsdauer der neu geschaffenen Flächen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D3.3

Reduzierung der ursprünglich geplanten Flächen (und damit Reduzierung unseres Honorars) bei einem Neubau.

Im Bestand konnte durch Umnutzungen und Ausbau des Dachgeschosses ein Zubau verhindert werden.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Berichtsfragen

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?
- Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?
- Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Berichtsantwort

Alle unsere Mitarbeiter*innen haben immer ein offenes Ohr für die individuellen Kundenwünsche und bei uns entscheidet immer der Kunde, nach einer intensiven ökologischen und nachhaltigen Beratung, ob und wenn ja, wie an seinem Projekt weitergearbeitet wird.

Im Mittelpunkt unserer Beratung steht vermehrt die Langlebigkeit der Nutzung der errichteten Gebäude und wir versuchen auch den Ansatz des Urban Mining ins Baugeschehen zu bringen. Die gebauten Städte sind die Rohstofflager der Zukunft. Das bedeutet, wir müssen so bauen, dass wir am Ende des Lebenszyklus sortenrein zurück bauen können. In dem Zusammenhang muss man auch in 50 Jahren noch wissen welche Rohstoffe verwendet wurden. Dies führt mittelfristig zur Einführung eines Material-Gebäudepasses.

Weiters steht zunehmend die Planung von Gründächern und entsiegelten Parkplatzflächen zum Erhalt der Biodiversität und Schaffung eines angenehmen Mikroklimas im Vordergrund. Damit verbunden ist in der Regel auch ein achtsames Wassermanagement.

Diese Dienstleistungen werden, wenn gewünscht, dann gemeinsam mit dem Kunden weiterentwickelt.

Ein eindeutig neues Dienstleistungsprodukt in unserem Büro, das gemeinsam und durch unsere Kunden entstanden ist, ist die Erstellung von Sanierungskonzepten. (aufgrund von vielen Energieausweiserstellungen) und das Erstellen von Versickerungskonzepten.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind

2022: 5 %

Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind

2022: 2

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D4.1

Wassermanagement (Versickerungskonzepte) bei einem barrierefreien Wohnobjekt mit Ärztezentrum. In dem Zusammenhang wurde es geschafft, dass gesamte Regenwasser am Grund zu halten. Dadurch konnte auf einen Regenwasseranschluss verzichtet werden. (Einsparung der Kanalanschlussgebühr und der laufenden Kanalkosten)

Sanierungskonzepte für 2 Bestandsbauten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Angebote Richtung Kreislaufwirtschaft entwickeln.
Einführung eines Materialpasses.

D4.2 Produkttransparenz

Berichtsfragen

- Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?
- Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?
- Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?
- Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

Berichtsantwort

Als Dienstleister haben wir keine Produkte im klassischen Sinn. Durch unsere Dienstleistungen selbst entstehen direkt keine sozioökologischen Belastungen.

Unsere Dienstleistungen sind transparent und jederzeit in Anspruch zu nehmen.

Jedes Angebot ist transparent und für den jeweiligen Kunden einfach und klar nachvollziehbar.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes)

2022: 0 %

Unsere Dienstleistungen haben keine Inhaltsstoffe. Damit kann auch nichts ausgewiesen werden.

Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes)

2022: 50 %

In der Regel werden unsere Dienstleistungen aufgrund von schriftlichen Angeboten in Anspruch genommen. Beim Angebot ist immer eine Preisliste unserer Stundensätze dabei.

Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen

2022:

Es gibt keine externalisierten Kosten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D4.2

Wir kommunizieren laufend unsere Preisgestaltung. Alle Anfragen werden individuell kalkuliert und mit Arbeitsstunden hinterlegt. Die in der Branche immer noch übliche Kalkulation aufgrund von Herstellkosten wurde komplett eingestellt.

Bei sämtlichen Angeboten liegt eine Preisliste unserer Stundensätze bei oder diese sind schon im Angebot angeführt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Auch bei Nachtragsofferten vor Arbeitsbeginn ein Angebot erstellen.

D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfragen

- Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?
- Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

Berichtsantwort

Wir haben keine Produkte.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes)

2022: 0 %

E Gesellschaftliches Umfeld

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

Berichtsfragen

- Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe weiterführende Informationen) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?
- Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?
- In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
- Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Berichtsantwort

Unsere Dienstleistungen erfüllen in ihrer Basisfunktion ausschließlich Grundbedürfnisse und dienen der Entwicklung der Menschen und schaffen ein gesundes Umfeld zum Wohnen und Arbeiten. Dadurch entsteht eine Umgebung zum Wohlfühlen und diese dient auch der Erholung.

Sämtliche Kunden der von uns betreuten Objekte werden unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit und der damit verbundenen möglichst langen Nutzung beraten. Dies führt in der Regel zu Objekten die mit ökologisch unbedenklichen Baustoffen errichtet und mit erneuerbarer Energie betrieben werden.

Dies erfolgt einerseits durch möglichst flexible nutzungsoffene Planung und bei der Umsetzung durch den Einsatz langlebiger Materialien. Weiters wird versucht durch den Einsatz von Naturbaustoffen die Verwertung am Ende des Lebenszyklusses zu vereinfachen und so wenig wie möglich Abfallmaterialien entstehen zu lassen.

Dabei steht die Kreislaufwirtschaft zusehends im Vordergrund.

Durch die gebaute Umwelt wird das Grundbedürfnis des Schutzes gegen Wind und Wetter und der Sicherheit erfüllt.

Verifizierungsindikatoren

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Grundbedürfnisse

2022: 80 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Bedürfnisse nach Statussymbolen bzw. Luxus

2022: 0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Menschen

2022: 35 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Erde/ Biosphäre

2022: 55 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes zur Lösung gesellschaftlicher oder ökologischer Probleme laut UN-Entwicklungszielen

2022: 70 %

Aus unserer Wahrnehmung geht das Richtung 100 %. Wohnen ist ein Grundbedürfnis und die Verwendung ökologisch verträglicher Materialien und Energie löst einen Teil der ökologischen Probleme.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Mehrfachnutzen bzw. einfachem Nutzen

2022: 40 %

Viele unserer Dienstleistungen führen zu Produkten die ein Leben lang (und länger) genutzt werden.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit hemmendem bzw. Pseudo-Nutzen

2022: 0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Negativ-Nutzen

2022: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E1.1

Wir begleiten laufend ökologisch nachhaltig ausgerichtete Projekte, die dazu beitragen die Umweltprobleme zu verbessern. Dies passiert einerseits durch Reduzierung des Materialdurchsatzes aufgrund reduzierter gebauter Flächen und andererseits durch Reduzierung von Abfall am Ende des Lebenszyklus der von uns begleiteten Projekte.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ein Produkt entwickeln, das Einsparungen des ökologischen Fußabdrucks durch Reduzierung der gebauten Flächen, sichtbar macht.

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?
- Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?
- Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung über eine Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

Berichtsantwort

Im Rahmen unserer Dienstleistungen werden die Kunden über die Klima- und Diversitätskrise informiert bzw. darauf sensibilisiert und dies führt sehr häufig auch zur Veränderung der persönlichen Lebensgewohnheiten in anderen Bereichen. Das trifft im Wesentlichen auf das Mobilitäts- und eingeschränkt auf das Ernährungsverhalten zu. Durch das ökologische Bauen sind auch immer wieder Ressourcen in Form von Rohstoffen ein Thema und das motiviert die Kunden immer öfter zu mehr Mülltrennung, Reuse und Weitergabe von noch brauchbaren Konsumgütern.

Oft sind die Gebäude auch nach außen als ökologisch und nachhaltig erkennbar - z.B. Photovoltaikanlagen in der Fassade und am Dach oder auch sichtbare unversiegelte Flächen, die zur Nachahmung anregen. Das wird uns auch immer wieder bestätigt.

Da unsere Mitarbeiter*innen auch in der Ausbildung tätig sind (z.B. in Immobilienlehrgängen an der TU Wien und an den Bauakademien) werden zukünftige Gestalter des Immobilienwesens für das Thema Umwelt und gutes Leben für alle sensibilisiert.

Üblicherweise führt unsere Beratung zu einer Verhaltensänderung unserer Kunden nicht nur hinsichtlich der Ökologie ihrer Projekte, sondern auch im privaten Lebensstil.

Verifizierungsindikatoren

Art und Anzahl der Aktivitäten/ Maßnahmen pro Jahr

2022:

Aktivitäten/ Maßnahmen	Anzahl pro Jahr
unterrichten TU Wien Immobilienlehrgang	4
Vorträge über bauen mit Naturbaustoffen	4
Mitarbeit als Beirat im Cluster bauen Energie Umwelt	2
Unterrichten an der Bauakademie	8

Anzahl der erreichten Menschen, z.B. Leser*innen, Besucher*innen

2022: 400

Wir wissen es nicht. Angabe sind die direkten Teilnehmer unserer Vorträge. Aufgrund der Rückmeldungen von fremden Dritten sind die erreichten Menschen deutlich mehr.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E1.2

Laufende Anpassung der Vorträge an die gesellschaftlichen und ökologischen Entwicklungen und Erkenntnisse. Schwerpunkt Klima und Biodiversitätskrise und was jeder beitragen kann. Jeder Beitrag zählt egal wie groß er ist.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Unterrichten und damit Weitergabe von Wissen und Erfahrung an insbesondere junge Menschen forcieren.

E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?
- Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

Berichtsantwort

Unsere Dienstleistungen direkt haben keinerlei negative Auswirkungen auf die Gesundheit von Lebewesen und die Umwelt. Durch uns wird die individuelle Freiheit der Menschen nicht eingeschränkt und da wir nur chemikalienfrei beraten und keine fossilen Energien einsetzen, gibt es auch auf die Biosphäre, solange wir im Projekt tätig sind, keine negativen Einflüsse.

Verifizierungsindikatoren

Als menschenunwürdig eingestufte Produkte und Dienstleistungen

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen

2022: 0 %

Kund*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben

2022: 0 %

Solche Kunden würden wir aktiv ablehnen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E1.3

1 Auftrag abgelehnt aufgrund einer gewünschten Ölheizung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Nach Außen noch mehr transportieren, was wir tun. Alles, was wir ökologisch nachhaltig begleiten, kann niemand anders verschlimmbessern.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Berichtsfragen

- Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z.B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?
- Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z.B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?
- Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

Berichtsantwort

Unser Büro schafft Arbeitsplätze und unsere Mitarbeiter*innen werden in der Regel über Kollektivvertrag bezahlt.

Als Dienstleister stehen wir dazu, faire Löhne zu bezahlen und damit unseren Beitrag, sowohl für das Gemeinwohl in Form der lohnabhängigen Abgaben zu bezahlen, aber auch mit dem Gehalt unseren Mitarbeiter*innen ein gutes Leben zu ermöglichen.

Verifizierungsindikatoren

Erlöse

2022: 650.200 €

Abgaben

2022: 92.000 €

Subventionen

2022: 19.660 €

Wir haben einen Mitarbeiter in Altersteilzeit - die Differenz des Gehaltes wird vom Staat bezahlt- der angegebene Betrag ist das AMS-Entgelt. Das ist aus unserer Sicht aber keine klassische Subvention.

Wertschöpfung

2022: 705.100 €

Netto-Abgabenquote

2022: 13 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E2.1

Wir zahlen faire Gehälter, brav und immer pünktlich unsere Abgaben und Steuern und minimieren diese nicht mit irgendwelchen steuerschonenden Maßnahmen.

Das ist unser fairer Beitrag zum Gemeinwesen.

Wir freuen uns, wenn wir Gewinn machen und damit Ertragssteuern zahlen können. Trotzdem ist uns das Wohl unserer Mitarbeiter*innen wichtig und wir investieren die verbleibenden Beträge in unsere Mitarbeiter*innen. Zwei Seelen in unserer Unternehmens-DNA treffen aufeinander.

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Berichtsfragen

- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)?
- Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?
- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?
- Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?
- Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

Berichtsantwort

Wir sind Mitglied beim Cluster Bauen Energie und Umwelt, der Interessensgemeinschaft Passivhaus, der Arbeitsgemeinschaft für erneuerbare Energie und unterstützen die Genossenschaft für Gemeinwohl und Greenpeace. Mit diesen Mitgliedschaften unterstützen wir vielseitige Tätigkeiten für das Gemeinwohl, ohne einen unternehmerischen Nutzen davon zu haben. Weiters unterstützt unser Geschäftsführer eine solidarische Landwirtschaft und ehrenamtlich die Munos Stiftung _Boden für gutes Leben.

Wir versuchen durch aktives Rückfragen ein Gefühl für die gesellschaftliche Entwicklung unserer Tätigkeiten zu bekommen.

Verifizierungsindikatoren

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % des Umsatzes

2022: 1 %

Die Zahl ist eine Annahme, da wir das nicht separat erfassen.

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % der Gesamtjahresarbeitszeit

2022: 2 %

Die Zahl ist eine Annahme, da wir das nicht separat erfassen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E2.2

Wir unterstützen viele Vereine und Interessensgemeinschaften, sowohl mit Geld als auch mit Arbeitsstunden. Wir fördern die Möglichkeit der sinnerfüllten Arbeit unserer Mitarbeiter*innen abseits ihres Brotberufs durch individuelle Arbeitszeitmodelle und die Bezahlung fairer Löhne. Die Idee 4 -Tage Brotberuf und z.B. 1 Tag mitwirken in einer solidarischen Landwirtschaft ist damit möglich.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Strukturiertes Unterstützen von solidarischen Landwirtschaften.

E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfragen

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung? Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:

- Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?
- Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?
- Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen?
- Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?
- Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?
- Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?
- Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?

Berichtsantwort

Wir sind ein regionaler Dienstleister mit keinerlei Verbindung ins Ausland. Unsere Kunden sind mehrheitlich Unternehmer und nur zum Teil Privatpersonen. Sämtliche Geldtransaktionen insbesondere die Bezahlung von Rechnungen werden über Finanzinstitute abgewickelt und es gibt kein Bargeld. Ausnahme ist eine kleine Handkassa für Ausgaben des täglichen Bedarfs.

Verifizierungsindikatoren

Wenn das Unternehmen Teil eines internationalen Konzerns ist, im Verbund mit anderen internationalen Partner*innen agiert oder an der digitalen Ökonomie (länderübergreifend) teilnimmt, muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartner*innen im Ausland erfolgen, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10%) abfließt.

Länderspezifisches Reporting

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E2.3

Wir tätigen bewusst keine steuerschonenden Maßnahmen, im vollen Bewusstsein einen fairen Beitrag zum Gemeinwesen zu tragen.

Aufträge ohne Rechnung sind bei uns nicht möglich.

E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfragen

- Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen?
- Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?
- Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträger*innen umgegangen?
- Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?
- Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?
- Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?
- Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?
- Wie werden Interessenkonflikte (persönliche Interessen gegenüber Firmeninteressen) sichtbar gemacht, und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

Berichtsantwort

Es bestehen keine Korruptionsrisiken bei Lieferanten und Kunden. Es gibt bei uns als Dienstleistungsbüro keinen klassischen Einkauf. Büromaterial wird nach Bedarf gekauft und für den Fall, dass wir in der Dienstleistung Unterstützung brauchen, haben wir unsere fixen Kooperationspartner. Kontakte mit Behörden werden wertneutral behandelt und regelmäßige Kontakte zu Politikern gibt es nicht.

Wir unterstützen keine politischen Parteien und betreiben keinerlei Lobbying. Unser Geschäftsführer ist in Landesinnungsausschuss der Baumeister in NÖ tätig und arbeitet als ehrenamtlicher Funktionär zur Verbesserung der Rahmenbedingung für den Berufsstand mit.

Interessenvertretung nach Innen und Außen erfolgt nur zum Wohle des Gewerbes und Handwerkes und mehrheitlich in unserer Berufsgruppe. Korruption und Interessenkonflikte spielen in diesem Zusammenhang keine Rolle und damit erübrigen sich spezielle Verhaltensregeln.

Verifizierungsindikatoren

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?

2022: Ja

Es gibt aber keine.

Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten (Eintrag ins Lobbying-Register) und Lobbying-Aufwendungen?

2022: Nein

Es gibt aus Prinzip keine.

Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen, und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?

2022: Ja

Ist bzw. war bei uns noch nie ein Thema. Wird aber jährlich abgefragt.

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positiv aspekt E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

2022: Nein

Es gibt kein fixes Budget, aber immer wieder Beträge, die dafür verwendet werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E2.4

Einer unserer Mitarbeiter arbeitet aktiv in der Bauinnung mit. Dabei geht es immer wieder um ethische Verhaltensregeln untereinander und mit den Kunden.

Weiters wird sehr stark an allgemeinen Regeln gegen Korruption, aber deutlich mehr gegen Sozialmissbrauch und Abgabenhinterziehung gearbeitet. Stichwort „Pfuscherfahndung“ und Reverse-Charge (Umsatzsteuerbetrug).

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Aufklärung, dass Steuerhinterziehung kein Kavaliersdelikt ist.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:
 - klimawirksame Emissionen (CO₂, N₂O, CH₄, ...)
 - Feinstaub und anorganische Emissionen
 - Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
 - Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO_x, SO_x, CO₂)
 - Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x)
 - ionisierende Strahlung
 - Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
 - Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)
 - Landverbrauch
 - Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)
- Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Berichtsantwort

Da wir ein reiner Dienstleister sind, entstehen bei unseren betrieblichen Arbeitsprozessen die mehrheitlich im Büro (aber teilweise auch auf Baustellen) durchgeführt werden, keine negativen Umweltwirkungen.

Aufgrund unserer hohen Digitalisierung sind wir sowohl im Büro als auch bei der Protokollierung im Zuge unserer Baustellentätigkeiten, nahezu papierlos. Unsere Büros sind jeweils in einem Passivhaus. Aufgrund der niedrigen Energieverbräuche werden diese nicht pro Einheit gesondert erfasst.

Verifizierungsindikatoren

Relevante Umweltkonten des Unternehmens

2022:

Eine separate Erfassung unserer individuellen Energieverbräuche erfolgen von unseren Vermietern nicht. Der Energiepreis war dazu in der Vergangenheit einfach zu niedrig und die Erfassung der individuellen Verbräuche aufgrund der gesetzlichen Anforderungen (unter anderem Eichgesetz) zu hoch. Dasselbe gilt noch viel mehr für die Erhebung des Wasserverbrauchs.

Für unsere Autos gibt es keine separate Erfassung der Verbräuche.

Klimaanlagen gibt es bei uns keine.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E3.1

Reduzierung der gefahrenen Kilometer mit den fossil betriebenen Autos, in Form der Optimierung der täglichen Fahrrouten unserer Bauleiter und Baustellenkoordinatoren.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Monatliche Erfassung der Energieverbräuche unserer Fahrzeuge.

Erfassung des Papierverbrauchs.

E3.2 Relative Auswirkungen

Berichtsfragen

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich

- zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?
- zu Mitunternehmen im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

Berichtsantwort

Wir haben keine Herstellprozesse und damit ist der Punkt für uns als Dienstleister nicht relevant.

Verifizierungsindikatoren

Relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Anmerkungen zur Selbsteinschätzung:

Der Punkt ist mangels Herstellprozesse aus unserer Sicht für uns nicht relevant.

E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfragen

- Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörige Betriebsauflagen gibt es, und sind die Auflagen eingehalten?
- Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten, oder sind Rechtsverstöße bekannt?
- Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bezüglich ökologischer Belastungen liegen vor?
- Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder*innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs etc.) gibt es?
- Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

Berichtsantwort

Wir benötigen für unseren Bürobetrieb keine Betriebsgenehmigung. Im laufenden Bürobetrieb werden sämtliche Gesetze und Verordnungen eingehalten und es gibt keine Kontroversen mit Anrainern und/oder Stakeholdern.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E3.3

Wir helfen anderen im Zuge unserer Baustellenkoordinator-Tätigkeiten dabei insbesondere Richtlinien in Bezug auf Arbeitssicherheit einzuhalten.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?
- In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?
- Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?
- Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Berichtsantwort

Als Dienstleistungsbüro ohne direkte gesellschaftliche Berührungspunkte kommunizieren alle unsere Mitarbeiter*innen sehr offen und transparent über unsere laufenden Tätigkeiten. Zusätzlich versuchen wir so regelmäßig wie möglich unsere Präsenz im Internet auf unserer Homepage zu aktualisieren. Für den seltenen Fall, dass wir in Nachbarschafts-/Anrainerdiskussionen eingebunden sind, versuchen wir so transparent wie nur möglich als Mediator aufzutreten und beide Seiten bestmöglich zufrieden zu stellen.

Verifizierungsindikatoren

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

2022: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Erstellen und veröffentlichen eines Gemeinwohlberichtes.

E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung

Berichtsfragen

- Wie können Bürger*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?
- Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Berichtsantwort

Bürger können sich als Anrainer (oder sonst von unserer Tätigkeit betroffene) direkt mit uns in Verbindung setzen und uns ihre Sorgen und Wünsche mitteilen. Wir besprechen dies dann mit unseren Auftraggebern und versuchen eine kooperative Lösung zu finden. Die Entscheidung liegt aber letztendlich immer bei unseren Auftraggebern. Sollten wir mit einer Entscheidung gar nicht zufrieden sein, legen wir unseren Auftrag zurück.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitentscheidungsgrad)

2022:

Mitentscheidungsgrad	Anteil der Mitentscheidung (in %)
Anrainer	20

Es gibt aus unserer Sicht keine Berührungsgruppen.

Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z. B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden?

2022: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E4.2

Bei einem Projekt, das wir für einen Bauträger begleiteten, haben wir bei den Anrainern aktiv nachgefragt, insbesondere für die Möglichkeit zur Herstellung von notwendigen Unterfangungen im Zuge der Baugrubenerstellung.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bei Planungsaufträgen frühzeitig auch die Anrainer miteinbeziehen.

E4.3 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfragen

- Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?
- Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?
- Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

Berichtsantwort

Sämtliche Informationen, die von uns über unser Unternehmen veröffentlicht wurden, entsprechen der Wahrheit. Wir legen großen Wert auf Transparenz sowie offene, ehrliche und wertschätzende Kommunikation. Wir verstehen uns als Botschafter für ökologisches, nachhaltiges und energieeffizientes Bauen und sind diesbezüglich in vielen Punkten Vorreiter.

Wir werden teilweise von unseren Kunden, aber auch innerhalb der Branche als Wanderprediger für ökologisches Bauen bezeichnet.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E4.3

Laufende Überprüfung unserer Unterlagen und Botschaften auf ihren Wahrheitsgehalt.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Wir wollen die Ergebnisse unseres 1. Gemeinwohl-Berichtes aktiv nach innen und außen kommunizieren und in allen 5 Berührungsgruppen besser werden.

Kurzfristig werden wir unsere Hausbanken hinterfragen und gegebenenfalls zu einer Bank mit zumindest einem "grüne " Konto wechseln oder gleich zu einer ethischen Bank.

Weiters werden wir alle Mitarbeiter*innen und Kundenbefragungen formalisieren.

In unserem gesellschaftlichen Umfeld werden wir den Gemeinwohl-Bericht veröffentlichen und bei unserer täglichen Arbeit, in den verschiedenen Interessensverbänden oder im öffentlichen Bereich, das Thema Gemeinwohl (ergänzt mit Nachhaltigkeitskriterien bis hin zur Kreislaufwirtschaft) vertreten und bestmöglich vorleben.

Wir werden die Mitsprache aller Mitarbeiter*innen bei der Unterstützung von sozialen und/oder ökologischen Projekten strukturiert ermöglichen.

Der Fokus aller unserer Dienstleistungen wird noch stärker auf regional, nachhaltig und fair gelegt werden.

Wir sind im Geschäft, um Lösungen zur Anpassung an die Biodiversitäts- und Klimakrise im Baubereich aufzuzeigen und bei gemeinsamem Wunsch umzusetzen.

Langfristige Ziele

Ausschließlich mit Gemeinwohl (oder ähnlichem CSR) bilanzierenden Unternehmen und gemeinnützigen Genossenschaften/Organisationen zusammenzuarbeiten.

Übergabe aller Gesellschaftsanteile an die Mitarbeiter*innen (oder Umgründung in Genossenschaft oder Verein) und Selbstverwaltung.

Verstärkt auf das Problem der Bodenversiegelung hinweisen und gemeinsam auf eine sinnvolle, an die jeweiligen Bedürfnisse angepasste Bodennutzung, hinarbeiten. Stichwort Nachverdichtung oder Sanierung statt Neubau.

Kreislaufwirtschaft bekannt machen und erste Projekte umsetzen.

Unser Ziel ist, nur mehr in der Kreislaufwirtschaft gemeinsam mit gemeinwohlorientierten Unternehmen tätig zu sein und keine Banken mehr zu benötigen.

EU-Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU)

Auf eine Erklärung zur Konformität mit der bestehenden EU-Richtlinie zur Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen wird verzichtet.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Klaus Kiessler Senior Consultant

Thomas Schenk Gesellschafter und Geschäftsführer

Lukas Giefing Gesellschafter und Geschäftsführer

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

85 Stunden

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Der Bericht ist noch in Arbeit. Es werden aber laufend Zwischenergebnisse mit der Geschäftsführung besprochen und einzelnen Teammitgliedern kommuniziert. Weiters wurden alle Mitarbeiter*innen über den laufenden Prozess informiert und es wurde im Ansatz erklärt was die Gemeinwohlökonomie ist.

Der fertige Bericht wird beim nächsten teambuilding präsentiert und in der Folge erklärt.

Datum: 12.10.2023