



»Volksverein Mönchengladbach«

gemeinnützige Gesellschaft gegen Arbeitslosigkeit mbH[®]

teilen
macht
reich



Beitrag zum Gemeinwohl



studentische
Auswertung

GEMEINWOHL-IMATRIX

Unternehmen: Volksverein Mönchengladbach
Jahr: 2018

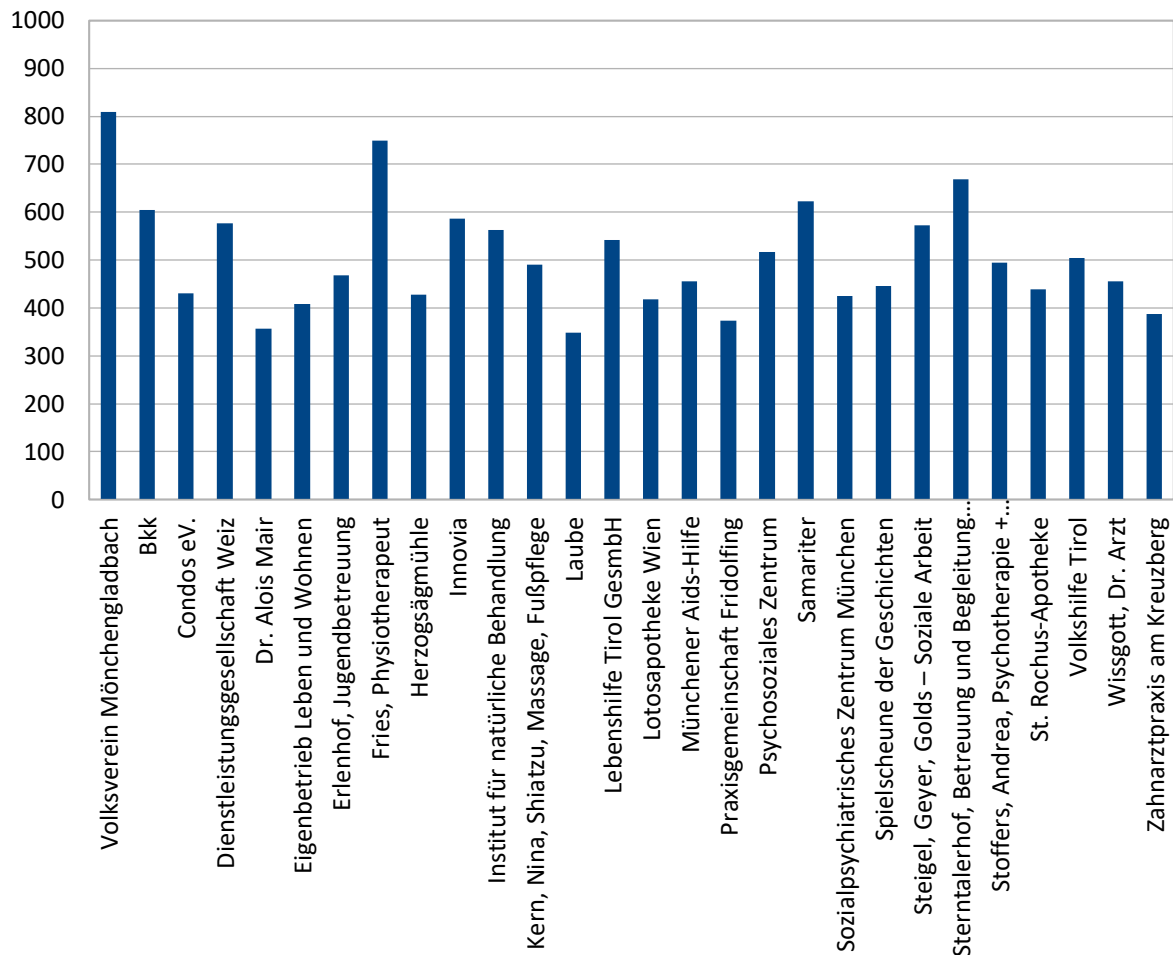
Bilanzsumme: 805 von 1000

Berühungsgruppe	Werte	Menschenwürde	Solidarität & Gerechtigkeit	Ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz & Mitentscheidung
A: Lieferant*innen	A1: Menschenwürde in der Zulieferkette	41 von 45 90 %	A2: Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3: Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4: Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
	B1: Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	36 von 45 80 %	B2: Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3: Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4: Eigentum und Mitentscheidung
C: Mitarbeitende	C1: Menschenwürde am Arbeitsplatz	68 von 68 100 %	C2: Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3: Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4: Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
	D1: Ethische Kund*innen Beziehungen	64 von 91 70 %	D2: Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern	D3: Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4: Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz
E: Gesellschaftliches Umfeld	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	61 von 68 90 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4: Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung
			91 von 91 100 %	14 von 23 60 %	32 von 45 70 %

Werte der Gemeinwohl-Matrix

BILANZ-ÜBERSICHT			
MENSCHENWÜRDE	270	von 318	85 %
SOLIDARITÄT & GERECHTIGKEIT	202	von 227	89 %
ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	141	von 205	69 %
SOZIALE GERECHTIGKEIT	191	von 250	76 %
SUMME	805	von 1000	80 %

Gemeinwohlpunkte im Unternehmensvergleich



A1 - Menschenwürde in der Lieferkette

Dieser Punkt der Gemeinwohl-Matrix geht auf soziale Risiken innerhalb der Wertschöpfungskette ein und legt positive aber auch negative Auswirkungen des Unternehmens dar. Hierbei wird das Augenmerk besonders auf die Arbeitsbedingungen aller Beteiligten in der Zulieferkette gerichtet.

Positives:

Bei der Auswahl der Lieferanten achtet der Volksverein Mönchengladbach bereits teilweise auf soziale Risiken, indem Produkte - insbesondere Lebensmittel - mit Zertifizierungen wie bspw. dem „Fair-Trade“-Zertifikat zugekauft werden.

Es wird außerdem Wert auf den Bezug von Produkten aus der Region gelegt, wodurch kürzere Transportwege anfallen und der lokale Einzelhandel unterstützt wird.

Des Weiteren setzt sich das Unternehmen außergewöhnlich ambitioniert für die Verlängerung des Produktlebenszyklus ein, indem gebrauchte Produkte für den Wiederverkauf aufbereitet werden. Diese erhält der Volksverein fast ausschließlich in Form von Sachspenden. Private Haushalte, Gewerbe und andere Unternehmen sowie jeder andere Interessent an diesem Vorhaben können ausrangierte Möbel, unliebsame Kleidungsstücke, Elektrogeräte sowie viele andere Produkte des täglichen Gebrauchs beim Volksverein in Mönchengladbach abgeben, sodass diese noch einmal oder sogar öfter von einem neuen Besitzer verwendet werden können. Es wird somit zu einer erheblichen Ersparnis des Abfallaufkommens beigetragen.

Auf menschenwürdige Arbeitsbedingungen dieser gespendeten Produkte kann hier keinen Einfluss genommen werden. Eine Nicht-Akzeptanz menschenunwürdig hergestellter Produkte würde diese jedoch nicht verhindern oder reduzieren, da auf das Kaufverhalten der breiten Masse ebenso wenig Einfluss genommen werden kann. So werden Produkte jeglicher Art aber zumindest würdevoll behandelt und die Arbeit sowie die eingesetzten Rohstoffe daher respektiert, anstatt sie einfach zu entsorgen.

Zusammengefasst:

- Schaffung von Arbeitsplätzen
- Integration sozial Benachteiligter
- Schonungsvoller Umgang mit Ressourcen
- Würdigung von Arbeitsstunden und Aufwand hinter dem Produkt
- Reduzierung von Abfallaufkommen
- Verlängerung des Produktlebenszyklus

Verbesserungsmöglichkeiten:

Die Tätigkeit geachtet der Menschenwürde ist beim Volksverein kaum zu optimieren. Es könnte allerdings der Anteil der zugekauften Produkte mit Zertifizierungen erhöht werden, wodurch sozialen Risiken entgegen gewirkt werden kann. Dabei ist jedoch zu beachten, dass nicht alle Zertifizierungen automatisch soziale Risiken minimieren bzw. die Menschenwürde wahren, da es viele Zertifikate gibt, welche ihre Versprechen nicht einhalten. Es gilt daher, auch Zertifizierungen kritisch zu betrachten und diese abzuwägen.

Bewertung:

- 9 Punkte

B1 – Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Dieser Punkt der Gemeinwohl-Matrix geht auf ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln ein. Hierbei liegt der Fokus besonders auf Umgang mit Geldmitteln aber auch das ethische Verhalten der Mittelgeber. Die Volksverein Mönchengladbach ist in seiner Rechtsform eine gemeinnützige Gesellschaft gegen Arbeitslosigkeit. Die Gesellschaft arbeitet ausschließlich gemeinnützig und erstrebt keinen Gewinn oder Überschuss. Die Eigenwirtschaftliche Zwecke stehen für die Gesellschaft nicht im Vordergrund.

Positives:

Volksverein Mönchengladbach geht behutsam mit ihren Geldmitteln vor, es wird dadurch deutlich, dass den Geldmitteln nur für den Gesellschaftsvertrag vorgesehene Zwecke nämlich das Gemeinwohl verwendet werden dürfen. Bei der Auswahl der Mittelgeber legt der Volksverein Mönchengladbach Wert auf Regionaler Partner wie „Sparkasse Mönchengladbach“ die mit ihre drei Stiftungen den Lebensraum in Mönchengladbach aktiv verbessert, ist aber wie alle anderen Banken an Gewinn interessiert. Weiter Mittelgeber sind gemeinnützigen Stiftung wie einem Verein zur Förderung der Jugend- und Erwachsenenbildung und ein Verein zur Förderung gemeinnütziger Arbeit. Diese Mittelgeber sind gemeinnützige Institutionen die ähnlichen Ziele wie der Volksverein verfolgen.

Zusammengefasst:

- Geld wird nicht als Hauptziel, sondern nur als Mittel des Zahlungsverkehrs angesehen
- Menschenwürde steht vor dem Finanziellen Interessen
- Es wird Wert auf ethische Ziele der Finanzpartner gelegt
- Es wird mit Regionalen Finanzpartnern gearbeitet
- Wenig/keine Risiko Investitionen getätigt
- Verantwortungsvoller Umgang mit Geldmitteln
- Die Gesellschafter erhalten keine Zuwendungen aus Mitteln der Gesellschaft
- Gewinne dürfen nur für die Gesellschaft verwendet
- Die Einlagen der Gesellschafter werden nicht verzinst oder in irgendeiner Weise begünstigt
- Es werden keine Unverhältnismäßige hohe Vergütungen ausgezahlt

Verbesserungsmöglichkeiten:

Ethisch-nachhaltig orientierte Banken

1. Umweltbank: <http://www.umweltbank.de>
2. GLS Bank: <http://www.gls.de>
3. Ethikbank: <http://www.ethikbank.de>
4. Triodos Bank: <http://www.triodos.de/de/privatkunden>
5. Steyler Bank: <http://www.steyler-bank.de>
6. Bank für Sozialwirtschaft: <https://www.sozialbank.de>

Zusammenfassung:

Der Umgang mit Geldmitteln bei der Volksverein Mönchengladbach ist kaum zu optimieren. Allerdings sollten die Finanzpartner vor allem Banken kritisch überprüft werden. Banken die das Geld ihrer Kunden in Rüstungsgeschäfte, Atomkraft oder in Unternehmen, die Kinderarbeit zulassen investieren sind ungeeignet. Die Mittelgeber müssen Transparent sein, um überprüfen zu können in welche Wertpapiere die Bank investiert und wofür die Ökokredite verwendet werden.

Bewertung:

6 Punkte

C1 – Menschenwürde am Arbeitsplatz

Lobenswertes:

- Gute Arbeitsbedingungen
- Menschenwürde ist keine Frage für den Volksverein
- Zufriedene Mitarbeiter
- Förderung/Entwicklung der Mitarbeiter

Verbesserungsschritte:

- Keine Verbesserungsschritte für den Volksverein
 - Weiterhin Förderung der Mitarbeiter
 - Menschenwürdige Arbeitsbedingung beibehalten

Berichtsfragen / Indikatoren

- Verteilung in den Führungspositionen (Geschlecht) 3 Frauen – 4 Männer
- Verteilung Mitarbeiter 13 Frauen – 10 Männer
- Betriebszugehörigkeit zwischen 1 Jahr bis 25 Jahre
- Altersgruppen zwischen 20 Jahren bis 60+ Jahren

Stufe und Punkte:

- 10 Punkte
- Stufe Vorbildlich
- keine Mängel bei der Menschenwürde

D1 - Ethische Kunden*innen Beziehungen

Wirtschaftliche Kunden

Lobenswertes:

- Aktive Beschäftigung mit Kundenbedürfnissen
- Identifizierung von benachteiligten Kundengruppen
- Hoher Zufriedenheitsgrad (97,2%)
- Ca. 60 - 70% Umsatz mit benachteiligten Kundengruppen
- Keine unethische Werbemaßnahmen (8,7% Marketingaufwand) hauptsächlich Mundpropaganda

Nächste Verbesserungsschritte:

- Konkrete Ethikleitlinien
- Kundenbedürfnisse und Umsetzung regelmäßig überprüfen/verbessern (Einführung 2019)
- Barrierefreiheit im gesamten Unternehmen
- Systematische Kundenumfragen

Punkte: 3

Soziale Kunden

Lobenswertes:

- Soziales Arrangement
- Aktive Beschäftigung mit Kundenbedürfnissen auf Augenhöhe (Marktposition)
- Konkrete Ethikleitlinien Kundengewinnung / pflege
- Regelmäßige persönliche Gespräche
- Barrierefreiheit

Nächste Verbesserungsschritte:

- Kundenbefragung erweitern
- An der „gefühlten“ Nützlichkeit am Arbeitsmarkt arbeiten

Bewertung:

9 Punkte

Gewichtung:

Soziale Kunden 2/3 auf Grund der hohen Bedeutung der Unternehmenstätigkeit

Wirtschaftliche Kunden 1/3

Gesamtpunkte: 7

E1 – Sinn und gesellschaftliche Wirkungen der Produkte / Dienstleistungen

1. Einleitung:

- Ausgangslage

Bei Betrachtung des Gesamtsystems unseres Planeten kann eine reine Nachfragebefriedigung nicht einziges Ziel gemeinwohlorientierter Unternehmen sein.

Es gilt, die gesellschaftliche Wirkung sowie die Sinnhaftigkeit der Produkte und Dienstleistungen zu bewerten.

- Zielsetzung

Zielsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie ist, dass global nur noch das produziert wird, was die Menschen für eine suffiziente (genügsame) Lebensführung wirklich benötigen, und das auf so ökologisch schonende Weise wie möglich.

Unternehmen sollen Impulse erhalten, sinnvolle und sozial wie ökologisch schonende Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und anzubieten.

Zweck der Gemeinwohl-Unternehmen ist es, sämtliche Mitglieder der Gesellschaft mit dem rechten Maß an nützlichen, d.h. für ein physisch und psychisch gesundes und suffizientes Leben nötigen Produkten und Dienstleistungen zu versorgen und diese so sozial und ökologisch wie möglich zu erzeugen.

Darüber hinaus bewirken Gemeinwohl-Unternehmen mit ihrem Angebot einen sozio-kulturellen Wandel zur Lösung der größten Herausforderungen der Menschheit wie Armutsbekämpfung, Ernährung für alle Menschen, Bildung, Gesundheit und Lösungen für soziale Missstände.

- Sinnhaftigkeit und gesellschaftliche Wirkung von P/D

Die konkrete Sinnhaftigkeit von Produkten und Dienstleistungen kann mit der allgemeinen Frage beantwortet werden, welches Grundbedürfnis ein Produkt/eine Dienstleistung direkt und indirekt befriedigt und welche möglichen und tatsächlichen negativen Folgewirkungen bei der Herstellung, Verwendung oder Entsorgung entstehen.

Ebenso ist zu berücksichtigen, an welche Kundengruppe in der Bevölkerungspyramide das Produkt oder die Dienstleistung gerichtet ist.

Günstige Angebote zur Deckung des Grundbedarfs für benachteiligte, untere soziale Gruppen, sind von der gesellschaftlichen Wirkung höher zu bewerten als ein Angebot für die gehobene soziale Schicht mit dem Motiv „nice to have“.

Bei der Bewertung der gesellschaftlichen Wirkung von Produkten und Dienstleistungen sind nach John Croft drei Ebenen zu berücksichtigen:

1. Persönliches Wachstum der Menschen
2. Stärken der Gemeinschaft
3. Lebensgrundlage der Erde

Heutige Konsummuster, Produktnutzungen und Energiebedarf sind unter dem Aspekt limitierter Ressourcen, sozialer persönlicher und globaler Auswirkungen sowie ökologischer Folgewirkungen zu betrachten.

Neben dem grundsätzlichen Produktsinn kommt hierbei der sinnvollen und der maßvollen Nutzung (Suffizienz) eine wesentliche Bedeutung zu.

Bei der Bewertung und Neuentwicklung von Produkten und Dienstleistungen sind Unternehmen gefordert, Lösungen für zukunftsfähige Produktions- und Lebensweisen zu finden, um die notwendige soziale und ökologische Transformation zu bewältigen.

2. Bewertungsvorgehen:

- Fragenerstellung und kritische Bearbeitung der Antworten

Bei der Bewertung der gesellschaftlichen Wirkung von Produkten und Dienstleistungen sind nach John Croft drei Ebenen zu berücksichtigen:

1. Persönliches Wachstum der Menschen?
2. Stärken der Gemeinschaft?
3. Lebensgrundlage der Erde?

Der Volksverein Mönchengladbach arbeitet mit Menschen einer benachteiligten Zielgruppe, welche Schwierigkeiten haben, sich in die Gesellschaft zu integrieren und/oder eine Arbeitsstelle zu finden.

Dabei liegt der Volksverein einen großen Wert auf das innere Wachstum der Teilnehmer und die Integration in den Arbeitsmarkt. Die Erfahrung zeigt, dass nur Menschen mit einem geregelten Alltag eine Chance auf dem modernen Arbeitsmarkt haben können.

Deshalb achten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Volksvereins in den Ausbildungen auf diesen Punkt sehr genau.

Durch den besonderen Themenbereich „das Betreute Wohnen“ mit Sozialarbeitern bzw. Pädagogen und den Fakt, dass der Volksverein ein Ausbildungsbetrieb ist, dessen Teilnehmer ihrerseits ihre Fähigkeiten an die Gesellschaft weitergeben - wird auch die Gemeinschaft gefördert.

Denn psychische Gesundheit und Kommunikation sind grundlegende Fähigkeiten, die eine Gemeinschaft zum Funktionieren braucht.

Durch das ökologische Engagement wie der Second-Hand-Shop und Kleiderverwertung wird die Lebensgrundlage der Erde, soweit es uns möglich ist geschützt.

Da hier nur gespendete Ware verarbeitet wird gibt es kaum Rohstoffe und Materialein die wir einkaufen müssen.

Bei den Dienstleistungen (Wohnungsaufösungen) handelt es sich um überwiegend um die Gestellung von Müllcontainern, die Kostenmäßig 1:1 an die Kunden weitergegeben werden.

Laut M. Max-Neef und M. Rosenberg gibt es neun Bedürfnisse, welche als menschliche Grundbedürfnisse zu verstehen sind und weltweit anerkannt und akzeptiert sind.

Kurz zu den Personen:

- Manfred A. Max-Neef war ein chilenischer Ökonom deutscher Herkunft. 1983 wurde er mit dem Alternativen Nobelpreis „Right Livelihood Award“ ausgezeichnet.

- M. Rosenberg war ein US-amerikanischer Psychologe.

Bei der Bewertung wurden die Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens danach eingestuft, ob diese Grundbedürfnissen für das einfache/gute Leben erfüllen oder entbehrlicher Luxus sind. (Dieser Punkt besitzt eine hohe Relevanz)

Die Begleitung von arbeitslosen Menschen mit sozialen Schwierigkeiten im Alltag (Bilden, Arbeiten, Begegnen, Beraten) ist die zentral angebotene Dienstleistung des Volksvereins Mönchengladbach und stellt ein suffizientes Produkt. Diese deckt alle neun Grundbedürfnisse ab:

1) Lebensgrundlage: Es wird den KlientInnen ein Platz zum Wohnen und Arbeiten geboten, wo es Nahrung und Kleidung gibt und ein Gefühl der Zugehörigkeit und Geborgenheit.

2) Schutz, Sicherheit: Die KlientInnen erhalten durch das Sozialsystem Entgelt zum Leben bzw. zur Bezahlung der Dienstleistung des Volksvereins Mönchengladbach.

3) Beziehung: Da die Dienstleistung auf Sozialebene abläuft, werden Partnerschaften, Liebe und Freundschaft ermöglicht.

4) Bildung: Menschen mit sozialen Schwierigkeiten sollen lernen, arbeiten, selbstständig sein und sich entwickeln so weit wie möglich. Dies ist ein zentrales Bestreben des Volksvereins Mönchengladbach.

5) Mitwirkung: Es wird versucht die KlientInnen in den Alltag einzubinden mit allen damit verbundenen Rechte und Pflichten (z.B. im Wohnhaus zu kochen) und auch im Alltag durch die Arbeit in den Werkstätten ein Mitwirken in der Gesellschaft zu ermöglichen.

6) Freizeit, Entspannung: Es gibt eigene, individuelle Freizeitangebote.

7) Kunst, Gestaltung: Im Arbeitsbereich können sich die KlientInnen kreativ betätigen, aber auch im Wohnbereich.

8) Identität: Es wird eine Familien- und Arbeitsidentität gebildet. Die Menschen mit sozialen Schwierigkeiten fühlen sich durch die MitarbeiterInnen des Volksvereins und ihre KollegInnen integriert in das Unternehmen und dessen Normen und Abläufe. An der Inkludierung in die Gesellschaft wird gearbeitet.

9) Freiheit, Menschenwürde: Es wird ein respektvoller Umgang im Alltag von jedem Klient und Mitarbeiter eingehalten.

- Bewertung des Grundbedarfs in Relation zu möglichen/tatsächlichen Folgewirkungen des P/D

Die Angebote des Volksvereins erfüllen alle Grundbedürfnisse und haben eine wichtige positive Wirkung auf Mensch und Gemeinschaft.

Dieser Punkt wiegt sehr stark. Die möglichen negativen Auswirkungen ihrer Tätigkeit liegen im Energieverbrauch vor allem für Raumheizung und Transport der Teilnehmer, bzw. in den allgemeinen Verbrauchskosten (Büro usw.).

Da sich hier schon einiges getan hat (laut der Bilanz), aber auch unsere Möglichkeiten beschränkt sind (gemietete Räume, freie Entscheidung der Teilnehmer zum Transport), überwiegt hier der positive Aspekt sehr deutlich.

- Beschreibung der Wirkung des P/D auf die Entwicklung des Menschen/ der Gemeinschaft bzw. auf die Regeneration/Schonung der Erde/Natur (falls relevant)

Durch die angebotene Dienstleistung wird versucht Chancengleichheit und Inklusion für Menschen ohne Arbeit zu schaffen, diese zu bilden und ihnen einen Platz im Leben zu schaffen.

- Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen (Relevanz mittel oder hoch)

Im sozialen Vergleich liegt der Volksverein Mönchengladbach mit ihren Dienstleistungen in der Gesamtwirtschaftsbetrachtung und in der Branche (Sozialdienstleistungen) weit vorne.

Bei ökologischen Fragen wird keine Vorreiterrolle eingenommen, wobei das Unternehmen in der Wirtschaft gesamt kaum Umweltressourcen verbraucht (da kein Produktionsunternehmen, finanziert durch Spenden, Wiederverkauf von gespendeten Sachen) und somit überdurchschnittlich fungiert.

Bewertung

Top 5 angebotene Produkte:

1. Second-Hand-Shop (Gebrauchtmöbel und Holzarbeiten)
2. Kleidershops

3. Bücher, Spielwaren, CD's
4. Dienstleistungen
5. Betreutes Wohnen

Deckt das P/D einen Grundbedarf (suffizient) und ist lebensnotwendig?
(Dient es dem einfachen Leben, einem guten Leben, oder ist es Luxus?)

1. Dient dem einfachen Leben, erfüllt mehrfachen Nutzen
2. Dient dem einfachen Leben, erfüllt mehrfachen Nutzen
3. Dient dem einfachen Leben, erfüllt mehrfachen Nutzen
4. Dient dem einfachen Leben, erfüllt mehrfachen Nutzen
5. Dient dem einfachen Leben, erfüllt mehrfachen Nutzen

Positive Wirkung auf Mensch/ Gemeinschaft/Erde?

1. Positive Wirkung auf Mensch/ Gemeinschaft/Erde
2. Positive Wirkung auf Mensch/ Gemeinschaft/Erde
3. Positive Wirkung auf Mensch/ Gemeinschaft/Erde
4. Positive Wirkung auf Mensch/ Gemeinschaft/Erde
5. Positive Wirkung auf Mensch/ Gemeinschaft/Erde

Negative mögliche/ tatsächliche Folgewirkung des P/D?

keine

Globale Probleme lösen

Um sich zu einem Sozialunternehmen zu entwickeln, ist es zweckmäßig, die acht Millenniums-Entwicklungsziele der Vereinten Nationen aufzugreifen und für die größten Herausforderungen unseres Planeten Lösungen anzubieten.

Die Millenniums-Entwicklungsziele sind:

1. Bekämpfung von extremer Armut und Hunger – trifft zu
2. Primärschulbildung für alle – trifft zu
3. Gleichstellung der Geschlechter, Stärkung der Rolle der Frau – trifft zu
4. Senkung der Kindersterblichkeit – trifft nicht zu
5. Verbesserung der Gesundheitsversorgung der Mütter – trifft nicht zu
6. Bekämpfung von HIV/AIDS, Malaria und anderen Krankheiten – trifft nicht zu
7. Ökologische Nachhaltigkeit – trifft zu
8. Aufbau einer globalen Partnerschaft und Entwicklung – trifft nicht zu

Probleme/Herausforderungen der westlichen Welt lösen

Innerhalb europäischer/westlicher Gesellschaften gibt es auch eine Reihe von gesellschaftlichen Problemen, die entweder von den staatlichen Einrichtungen gelöst werden oder von NGOs bzw. Social-Business-Unternehmen angegangen werden können.

Hier wird versucht, eine nicht vollständige Auflistung wesentlicher gesellschaftlicher Probleme anzuführen, um eine gute Grundlage für die Bewertung von E1 zu erhalten:

- Ressourcenschonende Ernährung (Bio-Landwirtschaft, keine Gen-Technik) -
- Preiswerter und ökologischer Wohnraum, ressourcenschonende Wärme/ Energieeffizienz -
- Preiswertes und qualitätsvolles Gesundheitswesen (über die westliche Medizin hinaus) -
- Umfassende Aus- und Weiterbildung (über das klassische Schulwesen hinaus) +
- Armutsbekämpfung und Grundeinkommen +
- Migration, Zuwanderung und Nationalismus -
- Abfallvermeidung / Recycling / Upcycling +
- Ersatz konventioneller Produkte durch nachwachsende Rohstoffe -
- Ressourcenschonende Mobilität (weg vom PKW hin zu alternativen Möglichkeiten) +
- Demografischer Wandel: Arbeits- und Wohnsituation für ältere Menschen +
- Landflucht: Abwanderung aus ländlichen Gebieten -
- Regionale Stärkung – als Gegengewicht zur Globalisierung +++

A2 - Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Ergebnisse:

- Grundsätzlich findet sich ein Bewusstsein für Solidarität und Gerechtigkeit im Unternehmen wieder
- Findet sich besonders im Second-Hand Bereich wieder, da Solidarität und Gerechtigkeit nicht besser umgesetzt werden können
- Bei der direkten Auswahl der Lieferanten für die anderen Bereiche ist größtenteils nicht erkennbar, dass eine aktive Berücksichtigung stattfindet
- Die Produkte tragen nicht direkt ein Label, jedoch legen die Lieferanten Wert auf diese Punkte
- Bei den kleineren Einkaufsbereichen finden Solidarität und Gerechtigkeit weniger Beachtung

Lobenswertes:

- Grundsätzlich liegt ein positiver Grundgedanke im Bereich Solidarität und Gerechtigkeit vor
- Im Bereich Second-Hand wird Menschen die Möglichkeit gegeben, anderen mit Spenden zu helfen und etwas Gutes zu tun
- Die Lieferanten werden größtenteils nicht nur nach der Wirtschaftlichkeit ausgewählt sondern auch nach sozialen Aspekten
- Es wird mit vielen regionalen Familienbetrieben zusammengearbeitet, die viel Wert auf soziale Gerechtigkeit legen

Nächste Verbesserungsschritte:

- Aufrechterhaltung der Zusammenarbeit mit den Lieferanten, die bereits Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigen
- Kommunikation und Informationsaustausch mit Verantwortlichen der Lieferunternehmen betreiben
- Aktiv auf Solidarität und Gerechtigkeit bei der Auswahl von Lieferanten achten
- Bewusstmachen, dass es in den weniger relevanten Bereichen auch wichtig ist, auf die Zulieferkette zu achten
- Von Großhändlern, bei denen eine Zulieferkette nicht endgültig nachvollziehbar ist, zu kleineren und regionaleren Händlern wechseln

Bewertung:

Stufe: Vorbildlich

Punkte: 7

Für das Erlangen einer höheren Punktzahl muss bewusst auf Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette geachtet werden und ebenfalls aktiv mitgewirkt werden

B2 – Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Welche Bedeutung haben unsere Ausgaben als Einkommen für unsere Berührungsgruppen?

- Arbeitnehmer als größte Berührungsgruppe lt. GuV
- Personalkosten betragen ca. 1.300.000,- €
- Beispielsweise Personalkosten für Stammkräfte, Fortbildungskosten für Mitarbeiter
- Dienen als Einnahme, sowie als Chance für Langzeitarbeitslose

Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden, und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorgen möglich?

- Investiert in Gebäude, Fahrzeuge, EDV etc.
- Finanziert durch Zuschüssen oder aus Finanzmittel, die auf dem Kapitalmarkt beschaffen worden sind
- Zum Beispiel: LKW lt. AV -> Finanziert durch PS-Zweckertrag der Stadtparkasse
- Gewinnrücklagen dienen als zusätzliche Risikovorsorge
- Im Rahmen der Gesellschafterversammlung wurden 50.000,- € als Gewinnrücklagen gebildet
- Dadurch werden zukünftige Verluste gedeckt

Verpflichtende Indikatoren (Werte auf volle 1.000 EUR abgerundet)

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit	20.000,00	EUR
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben	180.000,00	EUR
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben	65.000,00	EUR
Anlagenzugänge	65.000,00	EUR
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)	50.000,00	EUR
Auszuschüttende Kapitalerträge in 0 % vom Stamm- oder Grundkapital	0,00	EUR

Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an Kapitalerträge mit welcher Begründung?

- Keinerlei Ansprüche an Kapitalerträge
- Aufgrund der Rechtsform -> Keine Privatentnahmen möglich
- Großer Spielraum für Investitionen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt?

- Verteilung von Geldmitteln erfolgt fair
- Gesellschaft ist gemeinnützig und mildtätig
- Keine Gewinnerzielungsabsicht und selbstlos
- Geldmittel werden genutzt, um Arbeitsplätze zu schaffen
- Keine Zuwendungen an Gesellschafter

Bewertung:
10 Punkte

Verbesserungspotential:

- Unternehmensphilosophie soll weiterhin verfolgt werden
- Weiterhin die einzelnen Berührungsgruppen fördern
- Zukunftsinvestitionen sind weiterhin angestrebt
 - Die Erneuerung der Registrierkassen
Investitionsvolumen 15.000,- € + Finanziert durch Zuschüsse
 - Der Fuhrpark
40.000,- € werden zurück gelegt

C2 – Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Ergebnisse:

- Vergütung nach TVÖD
- Elektronische Zeiterfassung
- Verteilung der Arbeitslast durch die Vorgesetzten innerhalb der Bereiche
- Überstundenregelung durch Dienstanweisung
- Arbeitszeiten werden mit der Lebenssituation vereinbart
- Keine Flexibilität in Ausgestaltung der Arbeitszeit möglich, da Vorbildfunktion der Mitarbeitenden gegenüber der Zielgruppenmitarbeiter
- Definierte Wochenarbeitszeit 39 Std/Woche

Lobenswertes:

- Sicherstellung des lebenswürdigen Verdienstes durch TVÖD
- Arbeitszeit wird mit der jeweiligen Lebenssituation vereinbart
- Überstundenbegrenzung durch Dienstanweisung
- Freizeitausgleich der Überstunden

Nächste Verbesserungsschritte:

- Verringerung der wöchentlichen regulären Arbeitszeit

Bewertung:

- Stufe „Erfahren“
- Vergabe von 5 Punkten
- Für das Erreichen von 6 Punkten ist eine Legitimation aller Mitarbeiter hinsichtlich der regulären Arbeitszeit i.H.v. 39 Std/Woche erforderlich

D2 – Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

Ergebnisse:

- Aktuell 26 Kooperationspartner
- Hauptsächlich regionale Unternehmen als Kooperationspartner
- Kooperationspartner handeln ebenfalls gemeinnützig
- Große Vertrauensbasis in den Kooperationen und Verbänden
- Regelmäßiger Austausch mit den Kooperationspartner über laufende Prozesse und zukünftige Ziele
- Erweiterung der Beratungskompetenz
- Erweiterung des Angebots für Arbeitslose durch Kooperationen mit Arbeitsagenturen
- Alle Geschäftsbereiche sind durch Kooperationen gedeckt
- Zahlreiche Kooperationen ohne wirtschaftliche Belastungen beider Kooperationspartner
- Arbeitskräfte werden vermittelt
- Aktiver Einsatz in Umweltfördernden Umwelttätigkeiten
- Stärkung des Existenz durch breite Fächerung der Kooperationen
- Wirtschaftliche Belastungen werden gerecht verteilt
- Kein eigennütziges Handeln innerhalb der Kooperationen

Beispiele:

- Kooperation Clean-Up-MG e.V.
 - Seit 2006
 - Reinigung der Straßenränder in Mönchengladbach
 - Regionale Grün- und Straßenbetrieb fördert der Verein
 - 18 Langzeitarbeitslose wird zurück in die Arbeitswelt geholfen
 - Aufwendungen werden durch Zuschüsse gedeckt
 - Bekanntheitsgrad und Image werden gestärkt
- ÖGB Kooperation
 - „Öffentlich geförderte Beschäftigung“
 - Seit 2012
 - Coaching- und Qualifizierungsmaßnahmen für Langzeitarbeitslose
 - Aufwendungen werden durch das Land NRW gedeckt
 - Regelmäßiger Austausch über Chancen und Grenzen der Maßnahme
- Arbeitskreis Netzwerk W
 - Beratungs-, Bildungs- und Betreuungsangebote
 - Verbesserung des beruflichen Wiedereinstieg
 - Infobörsen für Migranten im Jahr 2018

Bewertung:

- Bewertungsstufe „Vorbildlich“
- Vergabe von 10 Punkten
- Angebot erfolgt ausschließlich in Kooperation
- Solidarische Verbände sind Teil der Geschäftsmodells

E2 – Beitrag zum Gemeinwesen:

Bewertung grundsätzlich über Steuern und Sozialabgaben:

- Lohnsteuer und Sozialabgaben vorhanden
- Keine Körperschaftsteuer kraft Rechtsform
- Statt Gewinn → Verlust
→ führt zu negativer Nettoabgabenquote

Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

- Unterstützung Clean-Up-Mg e.V.
- Arbeitslosenfrühstück
- In 2018 Stromsparcheck
- Beratungsangebot
- Zusammenarbeit mit Schule und Universität
- Themenabende

Kernkompetenzen bilden, arbeiten, begegnen, beraten

- Chancen bieten 39% Vermittlungserfolg
- Menschen in Wiedereinstieg und Perspektive bieten
- Bewertung mit 10 Punkten

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zuliefererkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zuliefererkette (7)

Es wurde eine Unterteilung in die fünf Hauptbereiche des Volksvereins Mönchengladbach vorgenommen.

Second-Hand Bereich:

- Es besteht keine „typische“ Zuliefererkette, das Kleidung, Möbel, Haushaltsgegenstände den Weg als Spende zum Volksverein finden
- Bei Spendenannahme hat sich der Volksverein ein Mitentscheidungsrecht eingeräumt, ob die Spenden angenommen werden oder aufgrund erheblicher Mängel abgelehnt werden
- Keine Beurteilung der Zuliefererkette möglich, aber Bewertung des Weges zum Volksverein
 - o Geben Spender die Spenden vor Ort ab → kein Einfluss
 - o Werden Spenden jedoch abgeholt → Routenplanung (Achtung der Mobilitätssuffizienz)
- Der Volksverein rettet die Spenden vor der Entsorgung und schenkt ihnen sozusagen ein neues Leben, da sie wiederverwertet werden → spiegelt Nachhaltigkeitsgedanken wider

Holz-Bereich:

- Hauptaugenmerk auf Holz und nicht auf Nebenprodukte wie Schrauben, Farben, Lacke oder Werkzeuge
- Holzzulieferer mit Nachhaltigkeits- bzw. Ökozertifikaten (PETC oder FSC Zeichen)
- Bezogen überwiegend von regionalem Händler

Rapsöl-Bereich:

- Regionale Herkunft des Raps (Voreifel) mit zahlreichen Zertifikaten, die für ökologischen Anbau stehen
- In diesem Bereich kommen die Werte des Volksvereins, Qualität, Regionalität und Nachhaltigkeit, hervorragend zum Ausdruck

Lebensmittelbereich:

- Soweit es möglich ist und es die Wirtschaftlichkeit zulässt werden Produkte von regionalen Anbietern bezogen
- Besonders hervorzuheben ist an dieser Stelle der Einkauf des Kaffees und Tees, der von Gepa bezogen wird. Die Zuliefererkette ist ein Vorbild für fairen Handel und Nachhaltigkeit in der Zuliefererkette

Sonstige Betriebsausgaben:

- Bezug der Produkte von Großhändlern
- Eine genaue Bewertung ist an dieser Stelle nicht abschließend möglich, aber aufgrund der geringen Bedeutung dieses Bereiches für den Gesamtbetrieb des Volksvereins ist dies auch weitestgehend zu vernachlässigen

A3.2 Negativaspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zuliefererkette (0)

Der Volksverein Mönchengladbach übernimmt Verantwortung für sein wirtschaftliches Handeln, indem er auf die Herkunft der eingekauften Produkte achtet und diese, soweit möglich, nach ihrer Zuliefererkette auswählt. Insgesamt weist der Volksverein Mönchengladbach geringe bis keine ökologischen Risiken in der Zuliefererkette aus.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Ökologische Nachhaltigkeit bei Investitionen (6)

Da der Volkverein nicht in Finanzanlagen investiert, ist dieser Punkt bei der Bewertung nicht berücksichtigt worden. Das Augenmerk wurde auf das bestehende Anlagevermögen und bevorstehende Investitionen gelegt.

Geistenbecker Straße 111 (Blockheizkraftwerk):

- Durch das Blockheizkraftwerk (BHKW) wird Wärme die bei der gewöhnlichen Verbrennung von fossilen Brennstoffen verloren geht in Energie umgewandelt. Durch diese Kraft-Wärme-Kopplung gelingt es den Wirkungsgrad bei der Energieerzeugung von ca. 35% auf knapp 95% zu steigern.
- Der Energieausweis des Volkvereins liegt weit über den gesetzlichen Anforderungen, was positiv herauszuheben ist.
- Auch die staatliche Förderung durch ein KfW-Darlehen wurde genutzt.
- Abzüge gibt es nur, da diese Art der Energieerzeugung auf fossile Brennstoffe angewiesen ist.

Lastkraftwagen:

- Aus Grund eines Mangels an Alternativen wird bei den Lastkraftwagen auf Dieselmotoren gesetzt.
- Modelle mit anderen Motorenarten können aufgrund eines Mangels an technischem Fortschritt noch nicht die Leistung bringen wie Diesel-Lkws
- Bei der Anschaffung der Lkws wird aber darauf geachtet stets welche der neuesten Schadstoffklasse zu kaufen, um die Umwelt nicht zu stark zu belasten.

Fuhrpark:

- Der Fuhrpark wird so lange genutzt und auch repariert bis er eigentlich nur noch ausgeschlachtet werden kann. Eine nachhaltige Nutzung ist also gegeben.
- Abzüge gibt es dafür, dass der Fuhrpark ausschließlich mit Verbrennungsmotoren angetrieben wird. Falls in Zukunft aber genügend Geld da sein sollte, wurde bestätigt, dass dieser gerne gegen einen elektrischen Fuhrpark ausgetauscht werden würde.

Ladenkasse:

- Auch hier wird nur investiert, wenn es wirklich notwendig ist und die alten Geräte so lange wie möglich genutzt.
- Aufgrund einer Änderung von steuerlichen Vorschriften war es aber nicht möglich die alten Kassen weiter zu nutzen.

B3.2 Negativaspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zuliefererkette (0)

Der Volksverein konnte bestätigen, dass sein Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ökologische Nachhaltigkeit der Mitarbeiter

Es wurde eine Unterteilung in die 3 wesentlichen Merkmale vorgenommen, die Einfluss auf die ökologische Nachhaltigkeit der Mitarbeiter haben.

Ernährung:

- Produkte für Arbeitslosenfrühstück und Schulkioske teilweise aus regionaler Herkunft
- Des Öfteren werden Produkte des täglichen Bedarfs auch von einzelnen Mitarbeitern mitgebracht statt diese liefern zu lassen
- Vegetarische Option bei den Mahlzeiten (z.B. Obstsalat beim Frühstück)

Anreise zum Arbeitsplatz und Dienstfahrten:

- 3 Mitarbeiter kommen ganzjährig mit Fahrrad zur Arbeit
- Keine besonders langen Anreisen mit dem PKW zur Arbeit (Mitarbeiter wohnen im Umkreis von 30km)
- Der Volksverein stellt Dienstfahräder zur Verfügung
- Zusätzlich 3 Dienstfahrzeuge
- Motor eines Dienstfahrzeug wurde bereits auf Pflanzenöl umgerüstet
- Längere Dienstreisen in erster Linie mit Bahn statt PKW

Interne Prozesse und Weiterbildungsmöglichkeiten zur Förderung ökologisch nachhaltigen Verhaltens:

- Teilnahme an Aktionen wie Stadtradeln/Klimastreik
- Erstellung der Gemeinwohlbilanz mit Hilfe der Mitarbeiter als Ökologieprojekt
- Überdachte Fahrradparkplätze
- Geschäftsausstattung besteht zum größten Teil aus Second- Hand Produkten
- Recyclingpapier für Druckerzeugnisse

C3.2 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/ Duldung unökologischen Verhaltens

- Volksverein übernimmt Verantwortung indem er Gegenstände wiederverwendet statt sie zu entsorgen
- Unökologisches Verhalten wird weder geduldet noch wird dazu angewiesen

- Ressourcenschonung wird aktiv Vorgelebt um die Mitarbeiter auch privat darauf aufmerksam zu machen

D3 ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

D3.1 Ökologische Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen(8)

Es wurde eine Unterteilung in vier Hauptbereiche des Volksvereins Mönchengladbach vorgenommen. Dabei wurde insbesondere zwischen den wirtschaftlichen und den sozialen Kunden (Zielgruppenmitarbeiter) unterschieden:

Wirtschaftliche Kunden:

Second-Hand Bereich:

- Es werden Produkte, die normalerweise auf den Müll gelangen würden, aufbereitet und wieder verkauft. Dadurch werden wertvolle Ressourcen eingespart, der Lebenszyklus aller Produkte verlängert und die Umwelt so nachhaltig geschützt (Konsistenz)
- Der Verhaltenskodex für gemeinnützige Kleidersammlung, zu dem sich der Volksverein Mönchengladbach verbindlich bekennt, stellt die hochwertige stoffliche Verwertung und eine umweltgerechte Entsorgung von Textilien sicher
- Aus diesen Gründen sehe ich im Bereich Second-Hand kein Verbesserungspotential

Schreinerei-Bereich:

- Die Verwendung von regionalen Holzarten und hohe Qualitätsmaßstäbe sorgen in der Schreinerei für die ökologische Effizienz und Konsistenz
- Zudem werden Altmöbel, die im Bereich Second-Hand nicht verkauft werden konnten, zum Teilen hier wieder für neue Möbel verwendet
- Verbesserungspotential besteht lediglich bei der Erziehung von Kunden zu suffizienten also maßvollen ökologischen Verhalten. Konkrete Verbesserungsvorschläge wären Preisvorteile, längere Gewährleistungsfristen günstige Reparatur Angebote für Produkte mit niedrigen ökologischen Auswirkungen (z.B. Produkte mit längerer Lebensdauer)

Rapsöl-Bereich:

- Regionale Herkunft des Raps (Voreifel) mit zahlreichen Zertifikaten, die für ökologischen Anbau stehen
- Umweltfreundliche kunststofffreie Verpackung
- Hundertprozentige Verwendung des Rohprodukts
- Kein Verbesserungspotential

Zielgruppenmitarbeiter:

- Bei den Zielgruppen Mitarbeitern stehen zwar die sozialen Aspekte im Vordergrund, es wird jedoch darauf geachtet dass kein ökologischer Schaden entsteht
- Punktuelle Vermittlung und Erziehung zu ökologisch bewussten Verhalten z.b. bei der Hauswirtschaft (Mülltrennung, ökologisch vernünftiges halten beim Kochen)
- Jedoch stehe entstehen relativ hohe ökologische Auswirkung dadurch, dass die Zielgruppen Mitarbeiter täglich in der Stadt herum fahren um die Kleidercontainer zu entleeren. Für solche Tätigkeiten wäre die Verwendung von Elektroautos umweltfreundlicher und

zukunftsorientierter -> staatliche Subventionen und Steuervorteile begünstigen diese Investition

D3.2 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme von unverhältnismäßigen ökologischen Auswirkungen (0)

Der Volksverein Mönchengladbach hat mir bestätigen können, dass Ihnen keine unverhältnismäßigen ökologischen Auswirkungen bekannt sind.

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

E3.1 Vermeidung potenziell schädlicher Umweltauswirkungen (6)

Der Arbeitsprozesse des Volksvereins sind dahingehend ausgelegt, dass die Auswirkungen auf die Umwelt so gering wie möglich gehalten werden.

Abfalltrennung & Verwertung von Kleidungsstücken & Möbeln:

- Die Abfalltrennung wird so gehandhabt, dass man strikt zwischen Restmüll, Biomüll, Papiermüll und Plastikmüll trennt.
- Es werden nur Kleidungsstücke angenommen, die im guten Zustand sind
- Kleidungsstücke werden sortiert und dann zum Verkauf angeboten
- Falls die Kleidungsstücke nicht verkauft werden können, werden sie an einen separaten Abnehmer verkauft
- Der Erlös kommt der gemeinnützigen Arbeit des Vereins zu Gute
- Bei Möbelspenden gilt dasselbe Prinzip

Holzmöbel:

- Möbel aus Holz, die nicht verkauft werden können, gehen in die werkseigene Schreinerei
- Bearbeitet werden schadstofffreie, überwiegend einheimische Hölzer aus nachhaltig bewirtschafteten Forsten (u.a. Buche, Eiche, Ahorn, Kirschbaum, Nussbaum)

Schrottsammlung:

- Metall- und Elektrogegenstände werden geprüft bzw. gemessen, ehe sie veräußert werden dürfen
- Nicht veräußerbare Gegenstände werden zerlegt, nach Materialien sortiert und an einen Abnehmer für Metall weiterverkauft

Papierverbrauch:

- Soweit es möglich ist soll der Papierverbrauch so gering wie möglich gehalten werden
- Um das Volumen des Papiers, welches weggeworfen wird, zu senken, hat der Volksverein eine Papierpresse angeschafft, welche das Volumen des Papiers auf ein Vielfaches senken kann

Energieverbrauch:

- Durch das Blockheizkraftwerk besitzt der Volksverein eine sichere Quelle zur Gewinnung elektrischer Energie und Wärme
- Es kommen Sparleuchtmittel und Bewegungsmelder zum Einsatz

Fuhrpark:

- Der Volksverein besitzt mehrere Fahrzeuge, die bis auf eine Ausnahme (Benzin) alle mit Diesel betrieben werden
- Die Planung zur Anschaffung von Elektrofahrzeugen ist bereits in Planung, aufgrund der verhältnismäßig geringen finanziellen Mittel jedoch erstmal schwer zu verwirklichen
- Touren werden jedoch so geplant, dass der Spritverbrauch auf ein Minimum liegt

Veröffentlichung der Umweltdaten:

- Die Umweltdaten werden in keiner Weise veröffentlicht, weshalb eine Verständigung mit anderen Unternehmen in Bezug auf die Reduktion ökologischer Auswirkungen nicht möglich ist

E3.2 Negativaspekt: Unangemessene Belastung der Umwelt (0)

Der Volksverein Mönchengladbach hat seine Arbeitsprozesse über die Jahre hinweg dahingehend ausgelegt, dass so wenig wie möglich Abfall produziert wird. Man legt großen Wert darauf, dass man die Auswirkungen auf die Umwelt kontinuierlich senkt, weshalb es definitiv nicht zu einer unangemessenen Belastung der Umwelt kommt.

A4 - Transparenz und Mitentscheidung – Zulieferkette

1. Bewertungsvorgehen

- Unterteilung der Lieferanten in 5 Bereiche
- Beurteilung der Transparenz, liegt ein Label bzgl. Transparenz vor
- Beurteilung der Mitentscheidung, differenzierte Behandlung von kleinen und großen Firmen
- Werden Sanktionen als Einflussmittel genutzt, sind Sanktionen sinnvoll, gibt es alternative Lieferanten

2. Bewertung der 5 Bereiche

1. Rapsöl

Lobenswertes

- 2 von 3 Lieferanten können Zertifikate vorweisen, die auf Transparenz und Mitentscheidung achten
- Über 60% der Ausgaben gehen an diese Lieferanten
- Bei dem Hauptlieferant wurde auf lokale Produktion geachtet

Nächste Verbesserungsschritte

- Versuchen bei dem Lieferanten für Flaschen und Verschlüsse auf mehr Transparenz und Mitentscheidung zu plädieren
- Lieferanten mehr auf Risiken und Missstände überprüfen
- Mögliche Sanktionen ausüben
- Anderen Lieferanten wählen

2. Kiosk

Lobenswertes

- Bei Backwaren und Fleisch wird auf regionale und kleine Lieferanten gesetzt
- Bei frischen Waren wie Obst und Gemüse wird auf Lieferanten gesetzt, die wiederum mit regionalen Lieferanten zusammenarbeiten
- Lieferanten mit unter anderem fair gehandelten Produkten
- Größter Lieferant (über 40% der Ausgaben) besitzt ein IFS Zertifikat

Nächste Verbesserungsschritte

- Bei zwei Lieferanten, Aldi und dem Handelshof, auf mehr Mitentscheidung plädieren
- Lieferanten mehr auf Risiken und Missstände überprüfen
- Mögliche Sanktionen ausüben
- Anderen Lieferanten wählen

3. Holzwerkstatt

Lobenswertes

- vereinzelt besitzen Lieferanten Labels/ Sigel mit Bezug auf die Transparenz
- Hauptsächlich regionale Lieferanten

Nächste Verbesserungsschritte

- Versuchen bei den Lieferanten, welche noch keine Label besitzen auf mehr Transparenz und Mitentscheidung zu plädieren
- Lieferanten mehr auf Risiken und Missstände überprüfen
- Mögliche Sanktionen ausüben
- Anderen Lieferanten wählen

4. Inhouse

Lobenswertes

- Lieferant besitzt diverse Qualitätssiegel unter anderem für Transparenz

Nächste Verbesserungsschritte

- Mehr auf Mitentscheidung plädieren

5. Second Hand

Lobenswertes

- Transparenz im Sinne der anderen Bereiche nicht möglich
- Aktive Mitentscheidung bzgl. der Warenannahme und des weiteren Umganges mit den Waren

3. Einstufung mithilfe der Indikatoren

- Großer Anteil der Lieferanten bzw. eingekauften Produkte bzw. besitzt ein Label, welches Transparenz berücksichtigt
- Großer Anteil der Lieferanten wurde aufgrund der Transparenz und Regionalität ausgewählt

4. Stufe und Punkte

→ Erfahren 5 Punkte

5. Begründung

- Es fehlen noch bei zu vielen Lieferanten Labels mit Bezug auf Transparenz
- Mitentscheidung ist in den meisten Fällen nicht vorhanden
- Es gibt keine maßgebliche Überprüfung hinsichtlich Risiken und Missstände
- Keine Sanktionen

B4 - Transparenz und Mitentscheidung - Eigentum und Mitentscheidung

1. Bewertungsvorgehen

- Kritisches Auseinandersetzen mit den Bewertungsstufen
- Fragen Erstellung
- Kritische Bearbeitung der Antworten
- Einstufung mithilfe der Indikatoren
- Vergabe der Punktezahl

2. Bewertung

Eigentum

- Aufbau der Gesellschaft
- 1/3 Verein Wohlfahrt
- 2/3 Stiftung Volksverein
- Veränderung:
- Bis 2012 hielten Edmund Erlemann und Anka Franken je 1/3 der Anteile, danach wurden die Anteile
- Ausschluss von Gewinnausschüttung (vgl. §3 Abs. 3, 4 Ges.-V.) kein Gewinnerzielungsabsicht gemäß § 3 Abs. 1 Ges.-V.
-

Transparenz

- Freiwilliger Beirat im Gesellschaftervertrag verankert (3-4 Treffen p.a.)
- Mit den Vertretern der Gesellschafter, zwei Vertreter der Katholischen Kirche, ein Vertreter Caritas, eine Person des öffentlichen Lebens, in beratender Funktion die Geschäftsführung.
- Zusätzlich ca. 8-mal im Jahr sogenanntes „thematisches Frühstück“ mit Mitarbeitern und Gesellschaftsvertretern
- Gegenseitige Kontrolle der Organe durch Gesellschafterversammlung (vgl. § 14 Abs.2 Ges.-V.)
- Schutz vor feindlicher Übernahme (vgl. § 7 Abs. 3 Ges.-V.), da die Gesellschafterversammlung das Recht hat bei einem Ausscheiden eines Gesellschafters, die Anteile einzuziehen.

3. Begründung

- Das Miteigentum der Gesellschaft ist durch ihre Rechtsform (gGmbH) nicht erstrebenswert. Dadurch ist der Volksverein aus seinem Namen heraus schon gemeinwohlorientiert.
- Die Transparenz der Entscheidungen ist durch die Gesellschafterversammlung und den Beirat für die Gesellschafter aber auch Berührungsgruppen (z.B. Person des öffentlichen Lebens) garantiert.
- Die Mitarbeiter sind zwar nicht Miteigentümer aber erhalten die Möglichkeit zum Austausch mit den Gesellschaftern

4. Verbesserungsmöglichkeiten

- Die Mitarbeiter könnten ein verbrieftes Recht auf Transparenz bekommen. Man könnte im Gesellschaftsvertrag einen Platz im Beirat garantieren.

5. Stufe und Punkte

→ Vorbildlich 9 Punkte

C4 - Transparenz und Mitentscheidung – Innerbetriebliche Transparenz und Mitentscheidung

1. Einleitung

- Einstiegsfrage: *Wie leben wir Transparenz und Partizipation in unserem Unternehmen?*
- Ein GWÖ-Unternehmen...
 - macht alle Daten für die Mitarbeitenden transparent & leicht zugänglich
 - lässt Führungskräfte durch Mitarbeitende evaluieren und legitimieren
 - ermöglicht den einzelnen Teams ein hohes Maß an Mitentscheidung

2. Bewertungsvorgehen

2.1 Befragung der Geschäftsleitung

- stetige Transparenz und Offenheit
 - z.B. jährlicher Geschäftsbericht, Veröffentlichung im Bundesanzeiger
- unterjährige regelmäßige Besprechungen
 - Bereichsleiterbesprechungen
 - Inforunde mit allen Mitarbeitern
- jährlicher Klausurtag
 - Rückblick aufs Vergangene Jahr
 - Vorstellung von neuen Projekten

2.2 Befragung eines Mitarbeiters

- regelmäßige Informationen über
 - wirtschaftliche Situation (Wirtschaftsplan, Jahresabschluss, BWA, ...)
 - Personalplanung
 - Änderungen bzw. neue Maßnahmen
- jährlicher Klausurtag; Mitentwicklung von Ideen
 - Konkretisierung in Arbeitsgruppen
- Vorschläge und Ideen werden ernst genommen
 - Umsetzung häufig trotzdem im Sinne der Geschäftsleitung

2.3 Einschätzung der Wichtigkeit (Geschäftsleitung & Mitarbeiter)

- sehr wichtig!
 - Bereiche greifen ineinander
 - Mitarbeiter bzw. Gruppenleiter wissen wo Änderungen erfolgen müssen
- zunehmende Wichtigkeit
 - anstehende Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung

2.4 Einstufung mithilfe der Indikatoren

- Grad an Transparenz bei wesentlichen/kritischen Daten
 - *sehr hoch: 95 %*
- Führungskräfte, die durch Anhörung der Mitarbeitenden legitimiert werden
 - *hoher Anteil: 90 %*
- Entscheidungen, die durch Anhörung von Mitarbeitenden getroffen werden
 - *hoher Anteil: 90 %*

2.5 Möglicher Negativaspekt: Verhinderung eines Betriebsrates

- aktuell kein Betriebsrat
- Bestätigung, dass keine Verhinderung vorliegt
 - Bis 2012 gab es einen
 - Es hat sich keiner mehr zur Wahl gestellt
- Mitarbeiter haben ähnliche Mitspracherechte

3. Lobenswertes

- hoher Grad an Transparenz
- regelmäßige Mitarbeiterbesprechungen
- jährlicher Rückblick aufs vergangene Wirtschaftsjahr (Klausurtag)
- Änderungsvorschläge durch Mitarbeiterzirkel
 - Mitarbeiter dürfen Mitentscheiden
 - finale Umsetzung durch Geschäftsleitung

4. Nächste Verbesserungsschritte

- anstehende Änderungen allen Arbeitsbereichen mitteilen
- Meinung der Mitarbeiter größere Beachtung geben

5. Stufe und Punkte

→ Vorbildlich: 8 Punkte

6. Begründung

- Bereichsübergreifende Auswirkungen kommunizieren
- Mitarbeiter werden zwar befragt, Meinung aber nicht immer umgesetzt
- Steigerungspotenzial bis zu 10 Punkte

D4 - Transparenz und Mitentscheidung - Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz

1. Bewertungsvorgehen

- Unterteilung in 6 Bereiche
 1. Mitsprachemöglichkeiten der sozialen Kunden
 2. Mitsprachemöglichkeiten der wirtschaftlichen Kunden
 3. Umgang mit Beschwerden
 4. Öffentliche Preisbestandteile
 5. Produkttransparenz
 6. Negativaspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen
- Bewertung dieser Bereiche
- Kurze Einstufung mit Hilfe der Indikatoren

2. Bewertung der 6 Bereiche

Mitsprachemöglichkeit der sozialen Kunden:

- Persönliche Rückmeldung jederzeit möglich
- In verschiedenen Bereichen: Kleidungspreise, Internetseite, Weihnachtsfeier etc.
- Verbesserungsvorschläge werden versucht umzusetzen und auf Funktionalität geprüft
- Soziale Kund*innen werden im Beirat 2020 vertreten sein im Leitungsteam „Volksverein, Wat nu?“
- Zeigt sich in der Wirkungsweise des Volksvereins (Bildung, Begegnung, Beratung etc.)
Beispiel:
 - Wiegen statt Zählen gelieferter Puzzleteile

Mitsprachemöglichkeit der wirtschaftlichen Kunden:

- Rückmeldung in den Second-Handshops im Dialog mit den Kunden untereinander möglich
- Feedback wird von den sozialen Kunden weitergeleitet an die Mitarbeiter, sodass diese geschützt werden
- Kundenzufriedenheitsumfragen der wirtschaftlichen Kunden im Bereich der Möbelhalle
- Beirat, welcher aus berufenen Mitgliedern besteht und ein gesellschaftliches Spektrum abbilden (wirtschaftliche Kunden, Kooperationspartner, Politik)
- Beratung über Aktivitäten des Volksvereins und Empfehlungen zu Handlungsoptionen

3. Umgang mit Beschwerden

- Detaillierte Schilderung im Qualitätshandbuch
- Für 5 verschiedene Gruppen
 - Kundinnen
 - Spenderinnen
 - Teilnehmerinnen
 - Hauptteilnehmer
 - Dienstleister/Lieferanten
- Negative Beschwerden reduzieren → Fehler erkennen → Verbesserungschancen nutzen und ins Positive umwandeln
- Innerhalb von 7 Tagen bearbeiten
- Zeitnah und effektiv

4. Öffentliche Preisbestandteile

- Preisschilder an der Kleidung i Geschäft (verbindlich)
- Stellenangebot für soziale Kunden enthält alle benötigten Informationen
 - Was ist zu tun
 - Gehalt

5. Produkttransparenz

- Bei Spenderinnen und Spender schwierig, da meist Anonym
- Rapsöl enthält keine Zusatzstoffe → wird von den umliegenden Bauern geliefert

6. Negativaspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

- Unternehmen kann bestätigen, dass keine Gefahrenstoffe in ihren Produkten enthalten sind
- Alle Klamotten werden auf Sauberkeit geprüft
- Entweder gebügelt, gedampft und gewaschen, wenn dies notwendig ist
- Extrem verdreckte Kleidung wird entsorgt (mit Katzenhaaren etc.)

7. Einstufung mithilfe der Indikatoren

- Verbesserungsvorschläge für Dienstleistungen werden immer versucht umzusetzen
- Kein Verkauf von Nahrungsprodukten außer Rapsöl, daher Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen schwierig zu bestimmen
- Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen nahezu 100% aufgrund Preisschilder und Stellenangebot (nichts versteckt)

8. Lobenswertes

- Stetiger Austausch mit den sozialen Kunden

- Verbesserungsvorschläge der sozialen Kunden werden versucht umzusetzen
- Anleitung für den Umgang mit Beschwerden in allen Bereichen
- Keine Gefahrenstoffe
- Preisbestandteile sind öffentlich zugänglich

9. Nächste Verbesserungsschritte

- Veröffentlichung aller Rezensionen bei Google-Bewertung bspw.
- Beschwerden und Rezensionen sind bereits bei Facebook veröffentlicht
- 10. Stufe und Punkte

→ Vorbildlich 10 Punkte

11. Begründung

- Einbindung aller Kund*innen und auch wirtschaftlicher Partner
- Verbesserungsmöglichkeiten werden ständig gesucht und versucht umzusetzen
- Durch den Beirat sind alle Interessensgruppen vertreten
- Transparenz in allen Bereichen vorhanden

E4 - Transparenz und Mitentscheidung - Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

1. Bewertungsvorgehen

- Zur Transparenz
 - Art und Umfang von den Publikationen
 - Eingliederung in der Bewertungstabelle
 - Einstufung mit Hilfe der Indikatoren
 - Festlegung der Punkte
- Zur Mitentscheidung
 - Bewerten der beantworteten Berichtsfragen
 - Eingliederung in der Bewertungstabelle
 - Einstufung mit Hilfe der Indikatoren
 - Festlegung der Punkte

2. Bewertung

- 6. Zur Transparenz
 - Geringer Ermessensspielraum
 - Strikte Eingliederung in der Bewertungstabelle
- 7. Zur gesellschaftlichen Mitentscheidung
 - Der Mitbestimmungsgrad (Anhörung, Dialog, Mitgestaltung, Mitentscheidung)
 - Die Art und der Umfang der Dokumentation (Entscheidung und alle Widersprüche bzw. Gegenstimmen)
 - Die Art des Zugehens auf die Berührungsgruppen (reaktiv, aktiv)
 - Der Umfang der einbezogenen Berührungsgruppen (einige, wesentliche, alle)

3. Einstufung mithilfe der Indikatoren

- 1. Zur Transparenz
 - Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung
- 2. Zur gesellschaftlichen Mitentscheidung
 - Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad)
 - Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs vorhanden

4. Lobenswertes

Zur Transparenz:

- Volksvereinszeitung
- Jahresbericht
- Verfügbarkeit auch auf der Homepage
- Sozial-media Präsenz

Zur gesellschaftlichen Mitentscheidung:

- Vernetzung und Austausch (Arbeitskreisen, Dachverbänden etc.)
- Verfügbare Kontaktdaten für Anliegen, QM und Qualitätsanrufe
- Gesellschaftsvertreter welche gesellschaftliche Berührungsgruppen widerspiegeln
- Spendendatenbank mit inkludierten Belangen und resultiertem Austausch
- Es gibt KundInnen-, MitarbeiterInnen- und Klientinnen Befragungen

5. Nächste Verbesserungsschritte

1. Zur Transparenz

- Erweiterte Social-Media Präsenz

2. Zur gesellschaftlichen Mitentscheidung

- Bei Produkten Preisspannen einführen (T-Shirt 3,50-4,50)
- Bei Spenden den gewünschten Verwendungszweck angeben
- Bei den oben genannten Punkten handelt es sich nur um Vorschläge und keine verpflichtenden Indikatoren

6. Stufe und Punkte

Zur Transparenz

→ Fortgeschritten Punkt 6

Zur gesellschaftlichen Mitentscheidung

→ Fortgeschritten Punkt 8

7. Begründung

1. Zur Transparenz

- Fehlendes Externes Audit
- Steigerungspotenzial bis zu 10 Punkten

2. Zur gesellschaftlichen Mitentscheidung

- Entscheidungen selbst werden ohne externe Beteiligung getroffen
- Steigerungspotenzial bis zu 10 Punkten