

---

# GEMEINWOHL-BERICHT 2014

WORKSHOP MIT PEER-EVALUATION UND TESTAT

## Landgasthof zum Hirschen



Landgasthof zum Hirschen  
Familie Oberkofler  
I-39050 Jenesien  
☐ +39 / 0471 / 354 195  
Fax +39 / 0471 / 354 058  
@-mail: [info@hirschenwirt.it](mailto:info@hirschenwirt.it)  
[www.hirschenwirt.it](http://www.hirschenwirt.it)

Gemeinwohlbericht 2014

# TESTAT : PEER EVALUIERUNG

**GEMEINWOHL-  
BILANZ** 2014

für Landgasthof zum Hirschen, Fam. Oberkofler, Jenesien  
BegleiterIn Klaus Egger/ Terra Institute

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
<b>A) LieferantInnen</b>	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				60 %
<b>B) GeldgeberInnen</b>	B1: Ethisches Finanzmanagement				30 %
<b>C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen</b>	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung  40 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit  40 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen  40 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens  70 %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz  20 %
<b>D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen</b>	D1: Ethische Kundenbeziehung  60 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmen  40 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen  50 %	D4: Soziale Gestaltung der Produk- te und Dienstleistungen  20 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards  30 %
<b>E) Gesellschaftliches Umfeld:</b> Region, Souve- rän, zukünftige Genera- tionen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL  50 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen  30 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen  10 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung  90 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung  20 %
<b>Negativ-Kriterien</b>	Verletzung der ILO- Arbeitsnormen/ Menschenrechte  0	Feindliche Übernahme  0	Illegitime Umweltbelastungen  0	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens  0	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter  0
	Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO  0	Sperrpatente  0	Verstöße gegen Umweltauflagen  0	Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn  0	Verhinderung eines Betriebsrats  0
	Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen  0	Dumpingpreise  0	Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte)  0	Umgehung der Steuerpflicht  0	Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister  0
				Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter  0	Exzessive Einkommens- spreizung  0

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

Testat gültig bis 16.10.2017

**BILANZSUMME 430**

## Kommanditgesellschaft

- Komplementäre: Frau Maria-Luise Oberkofler und Petra

- Kommanditist: Herr Franz Oberkofler

### Unsere Familie:

Herr Oberkofler (72 Jahre): arbeitet in der Landwirtschaft

Frau Oberkofler (73 Jahre): Frühservice, Betreuung der Gäste, ist immer und ständig im Betrieb

Petra (43 Jahre): arbeitet seit 26 Jahren im Betrieb mit und ist zuständig für: Finanzen, Dekoration, Küche, Service und Gästebetreuung

Ulli (42 Jahre): Lehrerin, wohnt außerhalb, hilft ab und zu gerne mit

Gabi (30 Jahre): freischaffende Künstlerin: arbeitet und lebt in Stuttgart, auch sie springt gerne ein

Georg (38 Jahre): macht die Landwirtschaft und Pferdezucht und wohnt in der Dependance

Birgit (32 Jahre): arbeitet im Management BLS Bozen, auch Sie lebt mit unserem Betrieb (geistig) mit

Maria (30 Jahre): arbeitet seit 14 Jahren im Betrieb, ist mitarbeitendes Familienmitglied und mit Arbeitsvertrag angestellt und ist zuständig für das Management und die Rezeption

## Kategorie 3s Sterne-Hotel mit Bar und Restaurant

Ca. 2.000 m<sup>2</sup>  4 Suiten 12 Gästebetten

16 Doppelbettzimmer 36 Gästebetten

1 Einbettzimmer 1 Gästebett

### Kapazitäten Beherbergung

21 Einheiten 45 Gästebetten

Dependance mit:

3 Gästezimmern/6 Betten

4 Mitarbeiterzimmer

1 Wohnung (in dieser Wohnung wohnt der Bruder)

Geschäftslokal (an Apotheke vermietet)

Die Zimmer der Dependance sind der 1-Stern-Kategorie zuzuordnen und werden nur fallweise vermietet.

### Kapazitäten Restaurant

Bar mit 30 Sitzplätzen

Stübele mit 16 Sitzplätzen

Restaurant mit 32 Sitzplätzen

Wintergarten für Hotel- und Restaurantgäste: 15 Tische mit ca. 50 Sitzplätzen

### Offenhaltezeit

Von Anfang Februar bis Mitte März geschlossen, ansonsten ist der Betrieb ganzjährig geöffnet.

im Restaurant wird am Mittwoch ein Ruhetag eingehalten.

## Nebeneinrichtungen

- Schöner Seminarraum
- Vinothek
- Wohlfühl-Oase mit Sauna, Dampfbad, Wärmebank, Kneippbecken, Ruheraum, Erlebnisdusche
- Liegewiese und Kinderspielplatz (gepachtet)
- Mitarbeiter: 5 Mitarbeiterinnen mit Teilzeitvertrag
  - 7 Vollzeitbeschäftigte
  - 2 Lehrlinge (1 im Service und 1 in der Küche)
  - 3 Familienmitglieder
  - 1 Mitarbeiterin mit Vertrag auf Abruf
- Service: 2 Vollzeit und 2 Teilzeit Servicemitarbeiter plus Aushilfe
- Etage: 2 Mitarbeiter und eine Teilzeit (Wäsche wird im Haus gemacht)
- Unternehmerwohnung im Hotel; in dieser wohnt Petra.
- Privathaus (gehört teils zum Hotel und teils zur Landwirtschaft), dort wohnen die Eltern.

Sozialer Treffpunkt im Ort, morgens Kaffeeklatsch, Mittagessen für Eilige und für Genießer , Nachmittagskaffee und Kuchen, kleine Gerichte für Hungrige , Abendrestaurant und Abendtreff für Jedermann/Frau!!

Getränke und Speisekarte mit sorgfältig ausgewählten Zutaten: Regionalität ist oberstes Gebot!!!

Was möglich ist, wird im Haus produziert: alle Kuchen, kleine Kuchenbeilage zum Kaffee, alle Nudelgerichte und Vorspeisen, Fleisch kaufen wir Rind, Kalb und Ochse von Bauern und verwerten die ganzen Tiere, mit Spezialisierung auf Fohlenfleisch von unserer eigenen Zucht: auch hier werden die ganzen Tiere verarbeitet, alle Teile verwertet und verwendet: Fohlenwurst, hausgemachte Bresaola, Carne salada, Nieren, Lungen, Leber und Kopf! Milch und Käse nur regional , Weinkarte nur regional, wobei kleine Produzenten immer bevorzugt werden.

## Gästebetreuung

- Aperitif Empfang: den Gästen werden regionale Produkte nähergebracht: Wein und Wurstwaren/Speck
  - Geführte Wanderungen zu Themen wie z.B. Kräuter, regionale Produzenten werden besucht und der Bezug zur Natur der Gäste sensibilisiert
  - Kneipp, Morgenwanderung
  - Weinverkostungen im hauseigenen Weinkeller: nur regionale Weine und kleine Produzenten
  - Kulinarische Abende mit heimischen Produkten
  - Die „Adressen“ werden 1 x p.a. angeschrieben: 1 Prospekt wird gedruckt, auch hier wird auf das Papier geachtet und nicht das billigste gewählt:
    - im März neuer Prospekt und Preisliste
  - Regelmäßiger Versand von Newslettern
- Weitere Werbeaktivitäten



---

Weinkarte mit 80% Südtiroler Weinen, 20 % der Weine kommt aus unseren Nachbarprovinzen

Marmeladen werden mit Früchten aus der Umgebung selber eingekocht

Keine Fertigprodukte werden eingekauft, alles wird im Haus produziert, die Lebensmittel werden so eingekauft, das so wenig Müll als möglich entsteht

In unserer Küche gibt es keine Geschmacksverstärker

In unserer Spa verwenden wir Trehs Produkte aus der Sarner Latsche und heimische Produkte von Vitalis

Baumaterialien werden bewusst mit regionalem Bezug ausgewählt, unsere Handwerker sind aus der näheren Umgebung und arbeiten alle schon viele Jahre mit uns zusammen

### **A1.2 30%**

Durch direkte Gespräche mit unseren Lieferanten werden Produktionswege der Produkte nachgefragt und hinterfragt!

### **A1.3 70%**

Wir sind Mitglied der Einkaufsgenossenschaft Hogast-dadurch können wir durch Sammeleinkäufe gute Konditionen von den Lieferanten haben-die wiederum pünktlichen Bezahlung und Große Abnahmemengen garantiert bekommen

## **B1 Ethisches Finanzmanagement 30%**

### **B1.1 Institutionalisierung 0%**

All unsere Bank- bzw. Geldgeschäfte erledigen wir mit Hilfe der Raiffeisenkasse Bozen-Filiale Jenesien!

Bei der Durchführung Ihrer Tätigkeit orientiert sich die Raika an den genossenschaftlichen Grundsätzen der Gegenseitigkeit ohne Spekulationszwecke! Sie verfolgt das Ziel der Mitglieder um die örtliche Gemeinschaft bei Bankgeschäften und Bankdienstleistungen zu begünstigen und deren moralische, kulturelle und wirtschaftliche Verhältnisse zu verbessern und die Entwicklung des Genossenschaftswesens sowie die Erziehung zum Sparen und Vorsorgen zu fördern!

Die Raiffeisenkasse unterstützt die Jugendarbeit, das Vereinswesen und auch die Wirtschaft im Ort!

### **B1.2 Ethical Banking ist derzeit kein Thema für uns! 15%**

### **B1.3 60%**

Die Genossenschaft zeichnet sich durch Ihre soziale Ausrichtung und Ihre Bestimmung aus, dem Gemeinwohl zu dienen!

### **B1.4 0%**

Gemeinwohlorientierte Finanzierung ist derzeit nicht möglich!

---

## **C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 40%**

### **C1.1 Mitarbeiter Orientierte Organisationskultur und –Strukturen 40%**

Unsere Mitarbeiter sind uns sehr wichtig!

Mit jedem Mitarbeiter wird kommuniziert und auf jeden persönlich eingegangen!

Alle Arbeitsabläufe und Arbeitsschritte, Änderungen und Neuheiten werden mit den Mitarbeitern zusammen entwickelt!

Alle arbeiten bei uns so mit, als wäre es Ihr eigener Betrieb!

Ein Anliegen ist uns auch die Lehrlingsausbildung!

In der Küche und im Service gibt es einen Lehrling! Das liegt uns am Herzen, da wir so immer im Kontakt mit der Jugend bleiben und auch selbst gefordert werden immer „aktuell“ zu bleiben!

Unser Betrieb ist im Jahr 8 Wochen geschlossen, 10 Tage davon werden für Reinigungsarbeiten benötigt, die restlichen Tage dienen der Erholung! Alle Mitarbeiter dürfen auch noch während der Saison Urlaub nehmen! Die Meisten wünschen sich den Resturlaub im Juni, um ans Meer zu fahren!

### **C1.2 40%**

Alle Mitarbeiter erhalten alle geleisteten Arbeitsstunden auf Ihren Lohnstreifen ausbezahlt, falls gewünscht auch ausgeglichen! Alle Vollzeitmitarbeiter arbeiten im 5,5 Tage Modus!

### **C1.3 30%**

Wir haben 11 unserer Mitarbeiter mit Jahresverträgen angestellt, 5 davon mit Teilzeitvertrag und drei mit Saisonsvertrag! Aushilfen werden mit Arbeitsverträgen „Auf Abruf“ eingestellt! Die Mitarbeiter können sich untereinander nach Bedarf Stunden oder Arbeitstage tauschen um flexibel zu sein!

### **C1.4 60%**

Der Frauenanteil ist sehr hoch (d.h.: es gibt nur drei Männer im Haus-der Rest wird von Frauen erledigt)!! Die Frauen haben alle Familie zuhause und können so im Ort flexibel arbeiten!

## **C2 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 40%**

### **C2.1 30%**

Alle Mitarbeiter leisten die Stunden, die es Ihrem Wunsch: Arbeit/Verdienst entspricht! Es gibt welche, die nur ein paar Stunden arbeiten möchten – andere wieder die gerne viel arbeiten, bzw verdienen möchten! Es gibt keine All-inklusive Verträge!

### **C2.2 60%**

---

Unser Anteil an Teilzeitverträgen bzw. auf Abruf ist sehr hoch-d.h fast die Hälfte der Mitarbeiter arbeiten Teilzeit!

### **C2.3 30%**

Bewusster Umgang mit Arbeitszeit bzw. Lebenszeit

Es werden gemeinsame Abendessen und Ausflüge organisiert! Auch machen wir zum Saisonsende eine kleine Reise miteinander!

## **C3 Forderung und Förderung Ökologischen Verhaltens der Mitarbeiter 40%**

### **C3.1 50%**

Es gibt für die Mitarbeiter Mittag- und Abendessen! Hierfür wird extra gekocht, das Salatbuffet steht ebenfalls zu ihrer Verfügung. Sie sitzen im Speisesaal an einem Tisch, damit der Zusammenhalt gestärkt wird! Es wird darauf geachtet, dass sich die Mitarbeiter gesund ernähren! Auch der Ethische Aspekt der Lebensmittel wird gross geschrieben!! Wertschätzung der Lebensmittel!!

### **C3.2** Mobilität zum Arbeitsplatz 60%

Drei Mitarbeiter müssen mit dem Auto zur Arbeit kommen, alle anderen sind zu Fuß unterwegs!

**C3.3** Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse 10%  
Unser Credo bei der Mitarbeiterführung in Umwelt, Ernährung, Sozialem Hinblick: Wichtiger als alle Regeln, Vorschriften usw.: wie bei der Kindererziehung: mit gutem Beispiel voran gehen und vorleben!

## **C4 Gerechte Verteilung des Einkommens 70%**

**C4.1** Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen 70%

Die Einkommensspreizung beträgt 1:3 wobei die Kost bei allen inklusive ist!

**C4.2** Mindesteinkommen! 100%

Alle Mitarbeiter werden laut Tarif bezahlt! Überstunden, 13, 14 und Abfertigung werden extra bezahlt!

**C4.3** 0%

Die Mitarbeiterlöhne sind offiziell nicht transparent! Einige der Mitarbeiter besprechen sich aber darüber untereinander!

## **C5 Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 20%**

**C5.1** Grad der Transparenz 10%



---

In jeder Abteilung werden unsere Mitarbeiter in die Entscheidungsprozesse mit einbezogen:

In der Küche gibt es eine starke Hierarchie um den Ablauf garantieren zu können: d.h.: mit der Küchenchefin müssen freie Tage und Urlaube besprochen und geplant werden!

Jeder Mitarbeiter darf aber auf seinem Posten sehr kreativ sein und wird in die Menüplanung, Speisekartenerstellung sehr mit eingebunden! Die Mitarbeiter müssen auch die Posten wechseln, um sich gegenseitig helfen zu können!

Im Service: die Verantwortung und Serviceleitung hat Maria oder Petra Oberkofler! Aber jeder Mitarbeiter hat einen Bereich für den er verantwortlich bzw. zuständig ist:

Weinkeller und Weinkarte, Tischeinteilung, Tischdeko, Frühstück, Bar und Theke usw.

#### **C5.2 Legitimierung der Führungskräfte 20%**

In unserem kleinen Betrieb sind Familienmitglieder die Führungskräfte der verschiedenen Abteilungen!

Die Küche wird von Mitarbeitern geführt:

Die Küchenchefin hat als Lehrling bei uns begonnen und führt nun sehr erfolgreich die Küche!!!!

Die zweite Köchin hat als „Tuttofare“ angefangen, ohne jegliche Vorkenntnisse, und führt nun erfolgreich den Vorspeisenposten-kann auch den Hauptspeisenposten führen

#### **C5.3 Mitbestimmung der Grundsatz- und Rahmen- Entscheidungen 30%**

Grundsatz-, Und Rahmen-Entscheidungen werden grundsätzlich bei uns von den Familienmitgliedern getroffen! Alle Mitarbeiter werden aber in diesem Prozess mit Eingebunden: d.h.: um Ihre Meinung und Vorschläge gebeten

#### **C5.4 Mit-Eigentum der Mitarbeiter/innen 0%**

An Miteigentum von Mitarbeitern wird derzeit nicht gedacht und auch nicht angestrebt!

### **D Kund/innen, Produkte, Dienstleistungenm Mituntenehmer/innen**

#### **D1 Ethisches Verkaufen 60%**

##### **D1.1 Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundinnen-Beziehung 80%**

Unser Konzept: Landgasthof tief verwurzelt mit den Grundwerten, die im Statut des Südtiroler Gasthauses festgehalten sind!

Kundenwünsche stehen an oberster Stelle und alle Serviceleistungen und Produkte werden nur zum Besten ausgeführt

---

Sie werden es spüren, wenn Sie ein Südtiroler Gasthaus betreten. Das ganz besondere Etwas, das jene Gastbetriebe auszeichnet, wo die Gastwirte Familie mit Leib und Seele Gastgeber ist. Wo Tradition mit Überzeugung gelebt und weitergegeben wird und wo man das gemütliche Beisammensein schätzt. Dieses ganz besondere Etwas zeichnet 25 Gastbetriebe aus, die nun mit Stolz die Bezeichnung „Südtiroler Gasthaus“ tragen. Der Hoteliers- und Gastwirteverband (HGV) hat mit der Gründung dieser Gruppe eine Marke geschaffen, die für eine gepflegte Südtiroler Gasthauskultur bürgt. Eine unabhängige Jury hat die Gastbetriebe einer strengen Qualitätskontrolle unterzogen und überprüft, ob sie halten, was die Marke „Südtiroler Gasthaus“ verspricht. Nämlich ein Angebot, bei dem die Südtiroler Küche im Vordergrund steht und bei dem hochwertige einheimische Produkte, angepasst an die jeweilige Saison, eine besondere Rolle spielen. Ein Weinangebot, das die Südtiroler Weine ins Rampenlicht rückt. Ein Ambiente, bei dessen Gestaltung auf die Verwendung einheimischer Materialien Wert gelegt wurde.

... wo man die echte Südtiroler Gastfreundschaft spürt und wo das gemütliche Beisammensein geschätzt wird.

... wo Tradition gelebt und gepflegt wird, wo man aber auch offen ist für Neues und Anderes.

... wo das Beste, das Region und Saison zu bieten haben, auf den Tisch kommt.

... wo der Volksmund zuhause ist, wo Geschichten erzählt und von Generation zu Generation weitergegeben werden und wo am Stammtisch manchmal auch Geschichte geschrieben wird.

... wo jeder herzlich willkommen ist und wo man sich auf Anrieb wohlfühlt.

Ob von weit hergereist oder um die Ecke daheim, hier sind SIE wichtig!

Wir leben echte Südtiroler Gastlichkeit – jeden Tag mit Begeisterung und neuem Schwung!

#### **D1.2** Produkttransparenz 70%

In unseren Speise- und Menükarten und am Buffet stehen die Produzenten der verwendeten Produkte, was geht wird im Haus produziert, mit lokalen Produkten versteht sich!

Unsere Hotelgäste können durch Transparenz im Internet, bzw.

Bewertungsplattformen viele Informationen über unser Haus holen!

#### **D1.3** Umfang der Kundinnen-Mitbestimmung/gemeinsame Produktentwicklung/Marktforschung 30%

Im Gespräch wird von unseren Kunden Feedback eingeholt-oder Tipps für weitere Verbesserungen!

Durch die Kooperationsgruppe gibt es auch die Möglichkeit sich mit Mitbewerbern zu besprechen, Rat zu holen und Rat zu geben!

Diese Kooperation ist nicht nur eine Marketingstrategie sondern eine

Wertschätzung dem Kunden und den Produkten und Dienstleistung gegenüber!!

---

#### **D1.4 Service Management 50%**

Unsere Unternehmensberater sind unsere Gäste! Durch Gespräche mit Ihnen, erfahren wir Wünsche und Anregungen!

#### **D2 Solidarität mit Mitunternehmern 40%**

##### **D2.1 Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologien 30%**

Durch unsere Mitgliedschaft in der Hotelkooperationsgruppe werden wichtige Infos, Erfahrungswerte untereinander ausgetauscht! Durch unsere Mitarbeit im HGV Ortsausschuss, Ausschuss im Südtiroler Gasthaus und Tourismusvereinausschuss werden rege Kontakte zu unseren Gastwirten im Ort und auch im Rest von Südtirol gepflegt! Wir veranstalten gemeinsame Spezialitätenwochen, Rodelrennen, Weiterbildungen und viele mehr! Man hat so oft die Gelegenheit sich gegenseitig auszutauschen!

##### **D2.2 Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen usw. 50%**

Die Hotels und Restaurants in der Gemeinde werden allen Gäste im Dorf gegenseitig weiterempfohlen! Arbeitskräfteaustausch erfolgt nicht! Man hilft sich aber gegenseitig wenn Mitarbeiter gesucht werden!

##### **D2.3 Kooperatives Marketing 50%**

Durch unsere Mitgliedschaft in der Kooperationsgruppe Südtiroler Gasthaus (wo wir Gründungsmitglied sind) und im Ausschuss vom Tourismusverein Jenesien arbeiten wir sehr stark an einem kooperativem Marketing: einmal auf Gemeindeebene und einmal übergemeindlich!

#### **D3 Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 50%**

**D3.1 Effizienz und Konsistenz Produkte/Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zum Mitwerberinnen bzw. Alternativen mit vergleichbarem Nutzen: 70%**  
Der ökologische Aspekt spielt bei allen Betriebsentscheidungen eine sehr wichtige Rolle:

Mülltrennung, Recycling, Naturmaterialien bei der Einrichtung, Papier bei Werbematerialien, sorgsamer Umgang mit allen Lebensmitteln und Ressourcen unserer Natur, kleine Produzenten bewusst gefördert!

Das Gästeprogramm wird so gestaltet, dass das Verständnis für die Natur dabei sensibilisiert wird, Produzenten besucht werden (z.B.: Weinbauern) um die Wertschätzung der Produkte zu steigern, es gibt eine Gästekarte die es den Gästen ermöglicht komplett ohne Auto auszukommen, Gäste werden kostenlos vom Bahnhof abgeholt

**D3.2 Suffizienz: Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizientem Konsum 30%**

Keine Plastikflaschen, Müllvermeidung, Handtücher sparsam benutzen, Auto stehen lassen, regional, kleine Kreisläufe, kurze Transportwege

---

**D3.3 Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den Kundinnen gegenüber: 50%**

: all dies wird durch Schilder aktiv kommuniziert, Gäste und Mitarbeiter werden kontinuierlich aufgefordert aktiv mitzuarbeiten

**D4 Soziale Gestaltung der Produkte 20%**

**D4.1 Erleichterter Zugang zu Infos/Produkten/Dienstleistungen für benachteiligten Kundengruppen 20%**

Mittags sehr günstiges, gesundes Essen für Arbeiter, Angestellte und Schüler

**D4.2 Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt 20%**

Ausstellung und aktiver Verkauf von Bildern und anderen Produkten welche von von der Behindertenwerkstätte produziert werden  
Sponsoring von Sportverein, Musikkapelle, Chor

**D5 Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 30%**

**D5.1 50%**

Auch hier wird durch die Kooperationsgruppe Südtiroler Gasthaus aktiv daran gearbeitet: bewusstes Einkaufen und Wirtschaften wird gefördert bzw kommuniziert und gegenseitig zur steten Verbesserung aufgefordert

**D5.2 Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards 30%**

Durch die Mitarbeit in den verschiedenen Vereinen und Ausschüssen wird aktiv daran gearbeitet alle Beteiligten für einen umweltschonenden, dem Allgemeinwohl dienenden Tourismus zu arbeiten!

**D5.3 Reichweite, Inhaltliche Breite und Tiefe 20%**

Durch unsere Kooperationsgruppe werden, Gäste, Lieferanten und Mitgliedsbetriebe gleichermaßen in den Prozess miteinbezogen und somit die Reichweite vergrößert! Die Tiefe ebenfalls, weil man sich gegenseitig anspricht und so immer neue Wege gefunden werden können!

**E Gesellschaftliches Umfeld (Region, Souverän, Zukunft, Generationen, Mitmenschen, Natur)**

**E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte/Dienstleistung 50%**

**E1.1 40%**

Unser Betrieb ist ein Dorfgasthaus! Dadurch ist unsere Bar/Restaurant ein kultureller Treffpunkt für Jung und Alt, Mann und Frau, Einheimischen und Gast!! Ob ein Plausch und Kaffee nach der Kirche, ein Bier nach der Gemeinderatssitzung oder einfach ein Gespräch bei einem Glas Wein an der Theke! Nicht immer zählt nur der finanzielle Aspekt! Ob ein Begräbnis am Ruhetag

---

oder ein länger dauerndes Gespräch nur für zwei zu später Stunde, es wird immer auch der menschliche Aspekt berücksichtigt!  
Das öffentliche und kulturelle Leben im Dorf wird immer gerne unterstützt: ob mit einer finanziellen Unterstützung, einer Mithilfe oder mit einer materillen Unterstützung!  
Gutes, gesundes Essen und dazu ein guter Tropfen tut der Seele gut und steigert die Lebensqualität!  
Auch umsorgen und pflegen wir unsere Hausgäste auf sehr familiäre Art und Weise, sodass Sie sich einfach wohl fühlen!

### **E1.2 Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/Dienstleistungen und alternativen mit ähnlichen Endnutzen 50%**

Unsere Betrieb wird ökologisch geführt und darauf geachtet, dass sich die Gäste in einer intakten Naturlandschaft bewegen können! Auch das ist Lebensqualität!

## **E2 Beitrag zum Gemeinwesen 30%**

### **E2.1 Leistungen 30%**

Mit Zeit und auch Spenden werden Vereine im Dorf unterstützt:  
Ausschussmitglied Tourismuverein, Ausschussmitglied HGV Ortsgruppe, Ausschussmitglied Südtiroler Gasthaus, Geldspende Sportverein, Jährliche Geldspende Kirchenchor, jährliche Geldspende Feuerwehr, jährliche Geldspende Musikkapelle

### **E2.2 Wirkung 20%**

Durch unsere Spenden und Mitgestaltung kann das Vereinswesen im Dorf erhalten bleiben, Dorfleben stattfinden!

### **E2.3 Intensität 30%**

Durch die Jährlichen Spenden und Mitarbeit können die Vereine besser kalkulieren und vorausplanen

## **E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 10%**

### **E3.1 10%**

In unsere Betriebsführung führt das ökologische Haushalten eine sehr wichtige Rolle! Die Auswirkungen unseres Handelns auf die Umwelt wird stetig hinterfragt und versucht zu verbessern!

### **E3.2 20%**

Die Relativen Auswirkungen auf die Umwelt sind noch sehr gering! Wir befinden uns im diesem Bereich noch am Anfang der „What to tue“ liste!

### **E3.3 10%**

Es gibt klare Strategien und Pläne für Projekte (Umstellung von Heizöl auf Hackschnitzel, Solarenergie, neue isolierte Fenster) um unser Haus umweltfreundlicher machen!

---

## **E4 Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe 90%**

### **E4.1 Außenausschüttung 100%**

Es gibt keine Gewinnausschüttung an Externe

### **E4.2 80%**

Alle Gewinnen bleiben im Betrieb und werden kontinuierlich für die qualitative Erweiterung reinvestiert!

## **E5 Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 10%**

### **E5.1 Umfang GWÖ-Bericht 30%**

Dies ist unser erster GWÖ Bericht! Es gibt noch keine vorhergehenden Dokumentationen! Jedoch sehr viele Infos zu diesem Thema werden über andere Kanäle (Webseite, Print, persönlich,...) kommuniziert

### **E5.2 Art der Mitbestimmung und Dokumentation 10%**

Mit allen direkten Berührungsguppe werden Gespräche geführt, ob Gäste, Kunden und Mitarbeiter! Sie werden in Entscheidungsprozesse miteinbezogen! Listen und Umfragen in schriftlicher Form gibt es noch nicht! Unser Betrieb ist einfach zu klein dafür!

### **E5.3 0%**

Die Meinungen der Gäste sind logischerweise sehr wichtig für uns! Unser Angebot sollte ja direkt auf Ihre Wünsche zu geschneidert sein! Sie sagen uns was für Sie wichtig ist! Auch unsere Lieferanten werden in direkte Entscheidungen miteinbezogen! Mit Rat und Tag wirken auch Sie bei Entscheidungen mit! Mitarbeiter werden auch in Prozesse miteinbezogen!

## **N Negativkriterien**

### **N1 Verletzung der Menschenwürde**

#### **N1.1 es gibt keine Verletzungen der ILO**

Arbeitsrecht/Normen/Menschenrechte

#### **N1.2 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen**

Gibt es bei uns nicht

#### **N1.3 Beschaffung bei Kooperationen mit Unternehmen die die Menschenwürde verletzen**

Wir achten sehr darauf, nicht von solchen Unternehmen einzukaufen, ausgeschlossen werden kann es jedoch nicht, da der Welthandel teilweise ziemlich undurchschaubar ist

### **N2 Unsoldarisches Verhalten**

#### **N2.1 Feindliche Übernahmen**

---

Gibt es bei uns nicht

**N2.2 Sperrpatente**

Gibt es bei uns nicht

**N2.3 Dumpingpreise**

Gibt es bei uns nicht

**N3 Umweltzerstörung**

**N3.1 illegitime Umweltbelastungen**

Gibt es nicht

**N3.2 Verstöße gegen Umweltauflagen**

Gibt es bei uns nicht

**N3.3 Geplante Obsolesenz**

Gibt es bei uns nicht

**N4 Sozial ungerechtes Verhalten**

**N4.1 Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens gibt es nicht**

**N4.2 Arbeitsplatzabbaur oder Standortverlegung gibt es nicht**

**N4.3 Umgehung der Steuerpflicht gibt es nicht**

**N4.4 Keine Angemessene Verzinsung für nicht-mitarbeitende Gesellschafter – gibt es nicht**

**N5 Undemokratisches Verhalten**

**N5.1 Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Tochterunternehmen – nicht möglich**

**N5.2 Verhinderung eines Betriebsrats-gibt es nicht**

**N5.3 Nichtoffenlegung aller Finanzfüsse an Lobbyisten-Nichteintagung in das Lobby-Register der EU**

**N5.4**

Excessive Einkommensspreizung

Gibt es in unseren Betrieb nicht! Die Unternehmerlöhne sind nicht höher als die Löhne der Mitarbeiter in Führungspositionen