



Genossenschaftsgedanke, Kooperation und Gemeinwohl – ein zeitloses Wirtschaftsmodell

Vorstellung: C PLUS bietet öffentlichen Institutionen, Firmen und Privatpersonen Reinigungsdienstleistungen, Call-Center-Dienste, Flotten-Management und Kondominiumsverwaltung an. Derzeit ist C PLUS im Raum Bozen, im Pustertal und im Eisacktal tätig.

Alle Mitarbeiter sind gleichzeitig auch Mitglieder der Genossenschaft und arbeiten größtenteils in Teilzeit. Der Jahresumsatz der letzten drei Jahre belief sich auf ca. 260.000 Euro.

Die Vision des Unternehmens:

- Frauen soll in der Nähe ihres Wohnortes eine Arbeitsmöglichkeit geboten werden, die mit den Erfordernissen einer Familie gut vereinbar ist,
- die Arbeitswege sollen so kurz wie möglich gehalten werden,
- fixe Struktur- und Verwaltungskosten sollen auf ein Minimum reduziert werden.

Die Genossenschaft wird von der Arche im KVV betreut und ist dem Südtiroler Raiffeisenverband angeschlossen.

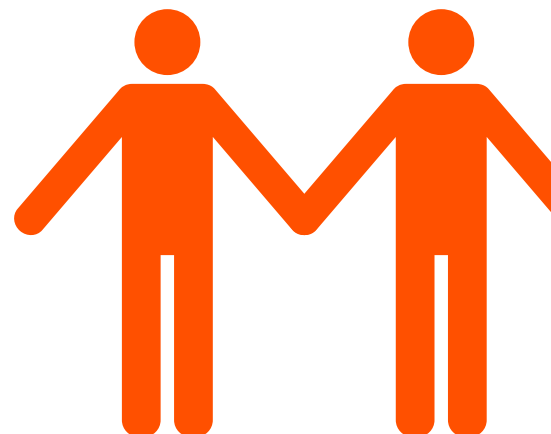
C PLUS und Gemeinwohl

Der in der Genossenschaft fest verankerte Gedanke des Zusammenschlusses von ArbeiterInnen garantiert letztendlich auch ihr dauerhaftes Bestehen. Denn die damit verbundene Solidarität, soziale Gerechtigkeit, demokratische Mitbestimmung, aber auch

Menschenwürde, Nachhaltigkeit und Transparenz sind Werte, die die Basis für jahrzehntelangen Zusammenhalt und das Fortbestehen der Gemeinschaft bilden. Die Finanzkrise, die auch in Südtirol ihre Spuren hinterlassen hat, erfordert es, unser



wirtschaftliches Unternehmen neu zu überdenken und mit der heutigen Situation zu konfrontieren. Wir glauben an ein gemeinwohlorientiertes Wirtschaftsmodell und daran, dass der Mensch, sein Wohl und seine unmittelbare Umwelt einen höheren Stellenwert einnehmen als Profit und das stetige, unbedachte Wachstumsstreben. Wir haben uns vorgenommen, unsere Stärken auszubauen und fortwährend neue Lösungen zu finden. Der Grundgedanke der Gesellschaft sowie der des Gemeinwohls besteht darin, fair zu handeln, getreu dem Motto: „Guter Lohn für gute Arbeit“. 90% des Umsatzes fließen als Löhne wieder an die Mitglieder und lediglich 10% fallen für allgemeine Ausgaben an. Der Ressourcenverbrauch wurde erfolgreich auf ein Minimum reduziert. Unser Ziel ist es, am Gemeinwohl mitzuwirken und dieses immerzu zu verbessern, da wir davon überzeugt sind, dass nur eine gesamtheitliche Betrachtung der Gesellschaft zukunftssträftig ist.



Lieferanten



A

A1 **Ethisches Beschaffensmanagement**

A1.1 *Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen. 30% (14 Punkte)*

Der größte Teil der Anschaffungskosten, ca. 70%, fällt auf den Kauf von Reinigungsmitteln. Wir legen daher großen Wert darauf, dass diese lokal endverarbeitet und zum Großteil mit biologisch abbaubaren Stoffen hergestellt werden. Es handelt sich dabei ausschließlich um Konzentrate, wodurch überflüssige Verpackungen wegfallen und der Abfall reduziert wird. Falls gewünscht, nimmt unser Lieferant auch das Verpackungsmaterial zurück; außerdem ist er ISO 9001 und ISO 14001 zertifiziert und liefert die Produkte – in Sammelbestellungen – an den Ort, an dem wir die Leistungen auch erbringen.

Der Strom wird lokal bezogen und durch Wasserkraft gewonnen. Alle Büroprodukte, die für die Bereiche Verwaltung und Call Center benötigt werden, kaufen wir in lokalen Geschäften; lediglich die Computer werden im Internet bestellt.

Dienstleistungen, wie Buchhaltung und Lohnbuchhaltung, werden ebenfalls lokalen Dienstleistern anvertraut.

Den Dienst „Cloud“ bezieht C Plus von einem

italienischen Anbieter, da dieser den rechtlichen und sozialen Voraussetzungen unserer Genossenschaftsethik entspricht.

Unsere elektronische Ausstattung, wie z. B. Notebooks, wird so lange genutzt, bis eine Neuanschaffung erforderlich ist.

A1.2 *Aktive Auseinandersetzung mit den Auswirkungen zugekaufter P/D und Prozesse zur Sicherstellung sowie Ausmaß und Form der Nachweisführung. 60% (18 Punkte)*

Im Rahmen der Vollversammlung wird jedes Jahr ein externer Berater in den Betrieb geholt, der die verwendeten Reinigungsmittel kontrolliert und die Mitarbeiter hinsichtlich richtiger Anwendung und Risikovermeidung schult. Wir verwenden, wo möglich, ökologische und risikoarme Produkte.

Die HCCP-Richtlinien werden in vollem Umfang eingehalten, über Neuerungen werden die Mitarbeiter zeitnah in Kenntnis gesetzt.

A1.3 *Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung. 10% (2 Punkte)*

Wir streben langfristige, kooperative Beziehungen an und verzichten auf häufig wechselnde Zusammenarbeiten, wenn sich diese lediglich auf vorteilhaftere Kosten beschränken.

B B1 Ethisches Finanzmanagement

B1.1 *Institutionalisierung* 30% (3 Punkte)

Seit unserer Gründung sind wir Mitglied im Raiffeisenverband Südtirol. Einer der Schwerpunkte der Gruppe sind diverse Finanzdienstleistungen, die auch auf unsere speziellen Finanzierungsbedürfnisse eingehen. Aufgrund dessen und der regionalen Ansiedlung der Gruppe, haben wir uns dazu entschieden, unser Hauptkonto bei der Raiffeisen Landesbank zu unterhalten.

B1.2 *Ethische-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters.* 30% (1 Punkt)

Die Raiffeisen Landesbank orientiert sich am genossenschaftlichen Leitgedanken des Allgemeinwohls und richtet ihr Handeln nach folgenden Werten und Grundhaltungen aus: Einhaltung legaler Handlungen, moralischer Verpflichtungen und höchster Professionalität sowie des Grundrechts „die Würde des

Geldgeberinnen



Menschen ist unantastbar“; Verpflichtung zum Aufbau ertragreicher und nachhaltiger wirtschaftlicher Strukturen; Verantwortung gegenüber der Umwelt und bewusster Umgang mit den Ressourcen.

B1.3 *Gemeinwohl-orientierte Veranlagung* 60% (8 Punkte)

Die lokale Raiffeisen Landesbank unterstützt sowohl Vereine als auch gemeinwohlorientierte Veranstaltungen, wie zum Beispiel Sportvereine, Projekte für Kinder und vieles mehr.

B1.4 *Gemeinwohl-orientierte Unternehmensfinanzierung* 60% (3 Punkte)

Zum Zwecke des Fortbestehens der Genossenschaft werden erwirtschaftete Überschüsse nicht an einen staatlichen Fonds weitergereicht, sondern werden als Rücklagen sicher im Betrieb angelegt. Dies geschieht durch die Mitgliedschaft in der Garantiegenossenschaft „Confidi“, die unsere Schuldnerposition nicht unerheblich stützt. Damit ist ein Eigenkapitalanteil von 10% des Umsatzes bereits gesichert und Kredite müssen nur in kleinem Umfang in Anspruch genommen werden. Unser Ziel ist es, auch in Zukunft weitestgehend ohne Fremdfinanzierung auszukommen.

Mitarbeiterinnen Eigentümerinnen

C

C1 **Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung**

C1.1 *Mitarbeiterorientierte Organisationskultur und -strukturen* **60% (14 Punkte)**

Durch unsere flache Organisationsstruktur wird jeder Bereich weitestgehend selbstständig von unseren Mitarbeitern organisiert und ausgeführt und zusätzlich von einem gewählten Vorstand geleitet. Bei den Arbeitszeiten haben sowohl Mitarbeiter als auch Kunden Mitspracherecht. Die Arbeiten einiger Bereiche können auch von Zuhause aus getätigt werden, was die Arbeits- und Lebensqualität der Mitglieder erheblich erhöht. Der kurze Weg zum Arbeitsplatz und die flexiblen Teilzeitstellen kommen den Bedürfnissen einer Familie entgegen und tragen zu einer erhöhten Vereinbarkeit von Beruf und Familie bei. Unserem genossenschaftlichen Modell ist es außerdem eigen, in ständigem Austausch mit unseren Mitarbeitern zu stehen, um Verbesserungen einzubringen und diese auch durchzusetzen.

So kann besser auf jeden Einzelnen eingegangen werden und besondere Wünsche können bei Entscheidungen berücksichtigt werden.

Regelmäßige Treffen stärken außerdem das Gemeinschaftsgefühl und fördern ein dezentralisiertes System, das in Südtirol immer mehr Einzug hält.

Regelmäßige gemeinsame Treffen fördern den Zusammenhalt und stärken das dezentralisierte und über Südtirol verbreitete System.

C1.2. *Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik* **70% (16 Punkte)**

Wann immer es uns möglich ist, schließen wir unbefristete Arbeitsverträge ab. Aufgrund zeitlich begrenzter Auftragslagen müssen wir jedoch auch die Möglichkeit eines befristeten Vertrags in Betracht ziehen. Da es im Sinne unserer Genossenschaft ist, möglichst vielen Menschen einen Arbeitsplatz zur Verfügung stellen zu können, werden die Arbeiten auf mehrere Arbeitnehmer verteilt. Deshalb haben bei uns alle Mitarbeiter einen Teilzeitarbeitsvertrag. Die Mitarbeiter werden übertariflich entlohnt. Die Gehälter sind transparent und werden im Vorhinein vom Vorstand genehmigt und im Vorstandsprotokoll festgehalten. Dieses ist allen Mitgliedern zur Einsicht in unserem Sitz zugänglich.

C1.3 Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung
einschließlich Work-Life-Balance /
flexible Arbeitszeiten **50% (11 Punkte)**

Die Teilzeitarbeit kommt den Mitarbeitern in vielerlei Hinsicht zugute: Sie ermöglicht mehr Freizeit und somit eine hohe Lebensqualität und das tut letztendlich auch der Gesundheit gut. Aber nicht nur in dieser Hinsicht stärkt C Plus seine Mitarbeiter und deren Motivation. Vielmehr betrachten wir den Mitarbeiter als einen Menschen, der mitentscheiden kann

und Arbeitsprozesse aktiv beeinflussen kann. Wir motivieren ihn dazu, Fachkenntnisse zu vertiefen und teamübergreifend zusammenzuarbeiten.

Der Betriebsarzt von C Plus wird nicht nur bei Pflichtuntersuchungen von uns aufgesucht, sondern kann auch jederzeit von unseren Mitarbeitern in Anspruch genommen werden. Des Weiteren wird er bei allen Sitzungen zum Arbeitsschutz und bei Versammlungen zu Rate gezogen, damit auch seine Erfahrung und seine ärztliche Kompetenz bei Entscheidungen mit berücksichtigt werden können.

C1.4 Gleichstellung und Diversität **50% (11 Punkte)**

Bei uns ist jeder Mitarbeiter gleich. Männern und Frauen wird für dieselbe Arbeit der gleiche Lohn gezahlt. In der Genossenschaft sind insgesamt mehr Frauen als Männer tätig. In den Führungsreihen ist das Gleichgewicht zwischen Männern und Frauen jedoch ausgewogen. Wir stellen auch Mitarbeiter mit ausländischer Herkunft und Menschen mit Behinderung ein, die ebenfalls gleich viel Lohn erhalten.



C 2 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit

C2.1 Senkung der Normalarbeitszeit 90% (19 Punkte)

In diesem Bereich hat C Plus eine Vorbildfunktion: Unsere Mitarbeiter arbeiten unter 40 Wochenstunden; das gilt für alle Bereiche, in denen wir tätig sind: Reinigung, Call Center, Facility Management und Kochen. Die meisten arbeiten sogar weit weniger, in jedem Falle aber unter 38,5 Stunden.

Überstundenpauschalen gibt es bei uns nicht. Da niemand über 40 Stunden in der Woche arbeitet, werden auch keine Überstunden absolviert. Ebenso sehen unsere Verträge auch keine Pauschalmehrstunden vor. Unsere Mitarbeiter machen nur dann Mehrstunden, wenn jemand durch Krankheit oder Urlaub ausfällt. Im Allgemeinen regeln wir diese Fälle jedoch mit Zusatzarbeitskräften, die für diesen Zeitraum eingestellt werden, so dass Mehrstunden nur eine Ausnahme sind und bleiben.

Da die Teilzeitarbeit den Mitarbeitern eine ausgeglichene Work-Life-Balance bietet und somit genügend Zeit für Regeneration, soziale Kontakte, Freizeit und Sport sichergestellt wird, kann ein arbeitsbedingtes Burn-out ausgeschlossen werden.

Mitarbeiter, die ehrenamtlich für das soziale Gemeinwohl tätig sind, können diesbezügliche Weiterbildungen, Ausflüge usw. in Anspruch nehmen, auch wenn dies auf eine für unsere Genossenschaft arbeitsintensive und somit ungünstige Tage fällt.

C2.2 Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei adäquater Bezahlung) 90% (13 Punkte)

All unsere Mitarbeiter arbeiten in einem Teilzeitarbeitsverhältnis.

Wir stellen Ersatzmitarbeiter nur dann ein, wenn einer unserer Mitarbeiter wegen Urlaub oder Krankheit ausfällt. Unsere MitarbeiterInnen im Reinigungssektor werden von September bis Juni aufgrund der Aufträge der jeweiligen Gemeinden in Kindergärten und Schulen von uns beschäftigt. Jedes Jahr werden dieselben Mitarbeiter angestellt, vorausgesetzt, diese wollen weiterhin für die Genossenschaft tätig sein.

Für neue Mitarbeiter, die einen unbefristeten Arbeitsvertrag erhalten, wird eine Probezeit vereinbart.



C2.3 Bewusster Umgang mit (Lebens-)Arbeitszeit 50% (7 Punkte)

Der Großteil der Mitarbeiter kann sich die Zeiten in einem bestimmten Rahmen selbst einteilen. Die Wünsche der Mitarbeiter werden berücksichtigt und, sofern es uns möglich ist, auch umgesetzt. Unseren Mitarbeitern stehen verschiedene Teilzeitvarianten zur Verfügung: horizontale, vertikale und gemischte Teilzeit.

C3.1 Ernährung am Arbeitsplatz 10% (1 Punkte)

Da wir keine Vollzeitmitarbeiter beschäftigen, hat die Ernährung am Arbeitsplatz keinen besonderen Stellenwert bei uns. Als Teilzeitangestellte haben unsere Mitarbeiter die Möglichkeit, Zuhause zu essen. Wir haben weder eine Kantine noch andere Formen der Verpflegung im Betrieb. Lediglich zu besonderen Anlässen, wie bei Kursen oder Außendiensten, wird im Restaurant gespeist. Bei Firmenessen (Weihnachtsessen, Vollversammlungen) werden Restaurants ausgewählt, die vorwiegend regionale und saisonale Produkte anbieten. Kleine Snackmöglichkeiten, wie zum Beispiel ein Obstkorb oder Ähnliches, sind nicht von uns vorgesehen, weil unsere Mitarbeiter jeweils an verschiedenen Orten, in der Nähe Ihres Wohnortes, arbeiten und das nur wenige Stunden täglich.



C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz 80% (9 Punkte)

Die Arbeitsplätze der Mitarbeiter befinden sich immer in der Nähe des Wohnortes, damit sie diese auch zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit dem Bus erreichen können. Bei der Arbeit von Zuhause aus, die wir allen Mitarbeitern im Bereich Call Center anbieten, fällt der Arbeitsweg sogar ganz weg.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung, unternehmerische Prozesse 20% (2 Punkte)

Bei Weiterbildungen und Versammlungen werden Fahrgemeinschaften gebildet oder der Ort wird, wenn möglich, mit dem Zug erreicht. Als Gründungsmitglied der Konsortialgenossenschaft Car Sharing Südtirol bieten wir auch unseren Mitarbeitern an, die Möglichkeit des Car Sharings zu nutzen und auf ein Zweitauto zu verzichten.



C4 Gerechte Einkommensverteilung

C4.1 *Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen* 100% (30 Punkte)

Wir haben keine Manager- oder Direktorenposten im Betrieb und demnach keine außergewöhnlich hohen Personalkosten. Das Verhältnis zwischen Mindestverdiener und Höchstverdiener bei uns in der Genossenschaft entspricht ca. 1:2 oder weniger, zurzeit sind bei uns etwa 20 Mitarbeiter beschäftigt.

C4.2 *Mindesteinkommen* 100% (20 Punkte)

Die Reinigungskräfte werden übertariflich bezahlt, erreichen allerdings nicht die 1.330 Euro netto, die im Handbuch als Richtwert angegeben sind. Hier ist anzumerken, dass die Löhne in Italien deutlich niedriger sind als in Deutschland und Österreich. Im Verhältnis zur Konkurrenz im Reinigungssektor zahlen wir jedoch ein erhöhtes Entgelt, was unsere Mitarbeiter sehr zu schätzen wissen. Das Gehaltsniveau in den Bereichen Verwaltung und Call Center dagegen liegt insgesamt höher, da unsere Mitarbeiter hier eine höhere Qualifikation aufweisen und über notwendige technische Kenntnisse verfügen müssen. Auf Vollzeit gerechnet, liegen die Gehälter hier deutlich über dem Richtwert.

C4.3 *Transparenz und Institutionalisierung* 80% (8 Punkte)

Die Arbeiten in den jeweiligen Sektoren werden von uns immer gleich entlohnt. Bei Neuanmeldungen und Vertragsänderungen werden die Gehälter vom Vorstand besprochen und in einem Protokoll festgehalten. Dies ist im Genossenschaftsbuch festgehalten und für alle Mitglieder im Genossenschaftssitz einsehbar. Außerdem werden alle Bilanzen, darunter auch die Gehaltskosten, bei der Vollversammlung offengelegt.

C5 Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz

C5.1 Grad der Transparenz 90% (10 Punkte)

Etwa 90% der Mitarbeiter sind Mitglieder der Genossenschaft und haben somit auch Einsicht in die Vorstandsprotokolle. Dort sind alle Beschlüsse und Aktionen festgehalten, unter anderem auch An- und Abmeldungen, Gehälter sowie Angaben über die Verantwortlichkeit der jeweiligen Bereiche. Alle Daten im Protokollbuch sind beglaubigt. Einsicht erhalten die Mitglieder beim Sitz der Genossenschaft. An einer Online-Version wird zurzeit gearbeitet, um die Protokolle der Vollversammlungen und andere wichtige Themen den Mitgliedern mit eigenem Username und Passwort zugänglich zu machen.

C5.2 Legitimierung der Führungskräfte 80% (18 Punkte)

Alle drei Jahre wird der Vorstand von den Mitgliedern der Vollversammlung gewählt. Dabei hat jedes Mitglied ein vollwertiges Stimmrecht. Jedes Mitglied kann demnach mitentscheiden, wer die Genossenschaft führt und welche Mitglieder die Vertretung bestimmter Themenbereiche übernehmen. Der Vorstand selbst wählt anschließend den Obmann.

C5.3 Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen 90% (30 Punkte)

Lediglich die Vollversammlung kann Grundsatzentscheidungen treffen und einschneidende Maßnahmen beschließen. Das bedeutet gleichzeitig, dass auch hier jedes Mitglied mit seiner Stimme die Möglichkeit zur aktiven Mitentscheidung hat. Auch alltägliche Entscheidungen werden vom Vorstand getroffen. Dies geschieht jedoch immer mit dem Einverständnis der anderen Vorstandsmitglieder und im Sinne der Mitglieder, denen die Entscheidungen stets nachvollziehbar sein müssen. Bei bestimmten Themenbereichen kann es auch vorkommen, dass die Mitglieder selbst vom Vorstand kontaktiert werden, um deren Meinung und Anregungen in die Entscheidungen mit einfließen zu lassen. Außerdem entscheiden die Mitglieder bei der Vollversammlung, was mit dem Gewinn passiert.

C5.4 Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen 60% (14 Punkte)

Die Genossenschaft ist die einzige Unternehmensform, die eine Konzentration des Gesellschaftseigentums in wenigen Händen nicht zulässt. Jedes Mitglied verfügt unabhängig von seinem Kapitalanteil über eine Stimme in der Vollversammlung.

Die Genossenschaft wird von ihren Mitgliedern in demokratischer Form verwaltet. Wir sind verpflichtet, die aktive Beteiligung aller Mitglieder an den Entscheidungsprozessen durch deren Einbeziehung in das Gesellschaftsleben zu fördern. Das Hauptziel der CPlus ist nicht die Gewinnmaximierung, sondern die gegenseitige Unterstützung und Förderung der Mitglieder. Das bedeutet, dass für die Mitglieder bessere Bedingungen (Preis, Arbeitsentgelt usw.) geschaffen werden sollen, als sie jedes Mitglied für sich allein auf dem Markt erzielen könnte. Wenn eine Genossenschaft aufgelöst wird, dürfen die Mitglieder das Vermögen der Genossenschaft weder untereinander aufteilen noch die Genossenschaft als Ganzes verkaufen. Das Gesetz gewährt eine günstigere Besteuerung der Gewinne, vorausgesetzt, dass diese in die Entwicklung der Genossenschaft investiert werden.



Kunden, Produkte, Dienstleistungen, Mitunternehmerinnen

D

D1 **Ethische Kundenbeziehung**

D1.1 *Maßnahmen für die ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing und Verkauf)* **20% (3 Punkte)**

Beim ersten Kundenkontakt wird dem Kunden ein Angebot entsprechend seiner Anfrage beziehungsweise seiner Bedürfnisse unterbreitet. Da wir keine Produkte vertreiben, sondern Dienstleistungen anbieten, wird dem Kunden nur das angeboten, was für die jeweilige Leistung benötigt wird.

Unser oberstes Prinzip ist es, den Kunden zufriedenzustellen. Getreu dem Motto „der Kunde ist König“ tun unsere Mitarbeiter ihr Möglichstes, die Dienstleistungen in vollem Umfang und zur vollsten Zufriedenheit des Kunden auszuführen. Nicht zuletzt sprechen auch unsere dauerhaften Kundenbeziehungen für eine hohe Kundenzufriedenheit und dafür, dass unsere Kunden unsere Mitarbeiter sehr zu schätzen wissen.

Marketing hat bei uns keinen hohen Stellenwert. Über Empfehlungen unserer Kunden oder auch über aktive Mitarbeiter sichern wir uns unsere Aufträge. In diesem Sinne gestalten wir gemeinsam in der Genossenschaft unseren Dienstleistungserfolg. Aber auch neue Dienstleistungsangebote werden oft von

Mitarbeitern ins Leben gerufen und gemeinsam auf die Realisierbarkeit hin überprüft, um sie anschließend gegebenenfalls umzusetzen. All das schließt jedoch nicht aus, dass wir durchaus daran interessiert sind, aktiver an einem Marketingkonzept zu arbeiten. Aktuell entwickeln wir eine neue Internetseite, die es ermöglichen soll, uns gezielter zu positionieren und unseren Kunden einen besseren Einblick in die Genossenschaft und deren Dienstleistungen zu geben. Auf aufdringliche Werbe- und Marketingaktionen werden wir jedoch auch in Zukunft verzichten. Ebenso lehnen wir unethische Akquirierungsmaßnahmen ab sowie eine Entlohnung auf Provisionsbasis. Der Lohn wird unabhängig von Verkaufszahlen entrichtet.

D1.2 *Produkttransparenz, fairer Preis
und ethische Kundenauswahl* **30% (3 Punkte)**

Unsere Preise sind transparent. Das bedeutet, dass jeder Kunde gleich viel für die gleiche Dienstleistung bezahlt. Sollten unsere Preise über denjenigen der Konkurrenz liegen, so werden die Gründe dafür den Kunden offen dargelegt. Gründe dafür sind: die übertarifliche Entlohnung der Mitarbeiter, der Vorzug einheimischer Mitarbeiter und Teilzeitmodelle mit Jobsharing.

Der Großteil unserer Kunden teilt unsere Vision und bietet seinerseits Gemeinwohlorientierte Dienstleistungen an. Wir arbeiten beispielsweise für Gemeinden, Genossenschaften, für den KVV, um nur einige zu nennen.

Wir versuchen, von unethischen Kundenbeziehungen abzusehen da dies mit unseren Grundsätzen unvereinbar ist.

Da an unserem Internetauftritt derzeit noch gearbeitet wird, kann die Produkttransparenz für Mitbewerber noch nicht in vollem Umfang gewährleistet werden. Bei öffentlichen Ausschreibungen beispielsweise hat man jedoch auch Einblick in unsere Preisgestaltung.

D1.3 *Kundenmitbestimmung/gemeinsame
Produktentwicklung/Marktforschung*
10% (1 Punkt)

Unter dem Motto „Arbeiten im Dorf“ gestalten wir derzeit gemeinsam mit einem Kunden ein neues Dienstleistungsprogramm. Dabei ergreifen wir gemeinsam Maßnahmen, die für unsere Kunden und C Plus einen Mehrwert bieten. Wir versuchen beispielsweise, Arbeitsplätze für Einheimische zu schaffen und das Gemeinwohl der einheimischen Bevölkerung zu stärken, indem Aufträge an lokale, gesunde Unternehmen vergeben werden.

Wir greifen nicht auf Marktforschungsdienste zurück oder auf andere Analysedienste. Stattdessen pflegen wir einen persönlichen Kontakt zu unseren Kunden und erkundigen uns auf diesem Wege über deren Zufriedenheit. Unser Obmann lädt regelmäßig Kunden zu den Versammlungen ein, damit sie aktiv an unserem Programm mitgestalten können. Bisher hat jedoch noch keiner unserer Kunden davon Gebrauch gemacht.



D1.4 *Service-Management* **20% (2 Punkte)**

Eines der größten Anliegen der Genossenschaft ist es, auf individuelle Bedürfnisse und Wünsche einzugehen. Auch kurzfristige Änderungen, Zusatzstunden oder Ähnliches werden berücksichtigt. Reklamationen seitens der Kunden werden immer im Vorstand besprochen und im Protokoll festgehalten, um anschließend gemeinsam mit dem Kunden eine Lösung zu finden. Die Kunden werden außerdem schriftlich oder telefonisch über jede Änderung informiert, z. B. wenn aufgrund von Urlaub oder Krankheit ein Mitarbeiter vertreten wird. Ein respektvoller Umgang miteinander liegt uns dabei besonders am Herzen.

Für unsere Kunden und Mitarbeiter sind wir jederzeit telefonisch oder über E-Mail erreichbar.

D2 **Solidarität mit Mitunternehmen**

D2.1 *Offenlegung von Informationen und Technologieweitergabe* **10% (2 Punkte)**

Wir legen großen Wert auf den Austausch von Informationen, auch wenn wir über keine bestimmten Technologien verfügen, um diese weiterzugeben. Unser Obmann gibt vielmehr praktische Tipps oder Erfahrungswerte bei persönlichen Gesprächen, Treffen (z.B. bei Versammlungen vom Raiffeisenverband) oder Ähnlichem weiter.

Schriftliche oder andere regelmäßige Informationsaustausche finden nicht statt.

D2.2 *Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln, kooperative Marktteilnahme* **10% (3 Punkte)**

Zusammen mit anderen Anbietern der Branche hat C Plus bereits Anstrengungen unternommen, an verschiedenen Ausschreibungen teilzunehmen. Bisher konnte jedoch diesbezüglich noch kein Erfolg vermeldet werden.

Falls C Plus eine Arbeit angeboten wird, und wir sie nicht selber ausführen können, wird diese auch an Mitbewerber, weitervermittelt.

Bei Arbeitskräftemangel haben wir uns in Ausnahmefällen vom Zeitarbeitsdienstleister Obiettivo Lavoro Bozen Mitarbeiter zur Verfügung stellen lassen.

D2.3 *Kooperatives Marketing* **30% (6 Punkte)**

Bisher hat C Plus noch keine aktiven Maßnahmen unternommen.



D3 **Ökologische Gestaltung der Produkte & Dienstleistungen (90)**

D3.1 *Effizienz, Resilienz und Konsistenz* **40% (15 Punkte)**

Unsere Dienstleistungen im Reinigungsbereich werden von MitarbeiterInnen erbracht, die maximal 5 km vom Arbeitsplatz entfernt wohnen. Es werden ausschließlich ökologische und biologisch abbaubare Produkte eingesetzt und Geräte verwendet, die sich durch eine gute Qualität und eine lange Lebensdauer auszeichnen.

Unsere Dienste im Call-Center- und Helpdesk-Bereich können dank innovativen IKT von Zuhause aus ausgeführt werden. Das erspart den Arbeitsweg, die Fahrtkosten und reduziert nicht zuletzt auch Schadstoffemission durch Fahrten von oder zum Kunden. Diese Vorgehensweise wird noch in den Satzungen unserer Geschäftsordnung eingefügt.

Ähnliche Unternehmen im Reinigungsbereich lassen Ihre Mitarbeiter bis zu 30 km und mehr zur Arbeit fahren. Unser Helpdesk, der von Zuhause aus zugänglich ist und mit der Cloud-Technologie und innovativem Fernsupport arbeitet, reduziert Transfers von Außendienstmitarbeitern um ca. 100.000 km jährlich im Vergleich zu einem ähnlichen Konkurrenten in Südtirol.



D3.2 *Suffizienz* **40% (10 Punkte)**

Wir setzen uns für südtirolweites Carsharing ein, um das gemeinsame Nutzen ressourcenschonender Autos zu fördern. Seit der Gründung konnten wir als Gesellschafter zur Finanzierung und den Erfahrungen im Helpdesk sehr viel beitragen, so dass der Dienst in nur sechs Monaten erfolgreich eingeführt werden konnte. Erfahrungen zeigen, dass ein Auto von bis zu 20 Personen gemeinsam genutzt werden kann. Somit werden Versicherungskosten, Steuern, Reparaturen usw. durch die gemeinsame Nutzung stark aufgeteilt. Diese Preisvorteile und die neueste Technik tragen zu einer hohen Nachfrage bei.

D3.3 *Kommunikation* **30% (8 Punkte)**

In Angeboten und öffentlichen Auftritten weisen wir immer wieder darauf hin, dass unsere Dienste mit minimalem Ressourcenverbrauch erbracht werden. Wir wollen die Menschen dazu motivieren, unserem Vorbild zu folgen.

D4 Soziale Gestaltung der Dienstleistungen

D4.1 Erleichterter Zugang zu Informationen/ Dienstleistungen 10% (2 Punkte)

Bis auf eine Ausnahme arbeiten wir im B2B-Bereich. Wir haben es uns zum Ziel gesetzt, in Zukunft Informationen besser zugänglich zu machen.

D4.2 Förderungswürdige Strukturen 10% (1 Punkt)

Nichtregierungsorganisationen (NGO) bieten wir Reinigungsarbeiten zu Sonderkonditionen an.

D5 Erhöhung des sozialen und ökologischen Branchenstandards (30)

D5.1 Kooperation mit Mitbewerbern und Partnern der Wertschöpfungskette 10% (1 Punkt)

In diesem Bereich können wir derzeit nichts aufweisen.

D5.2 Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards 20% (2 Punkte)

Wir haben uns dem Raiffeisenverband Südtirol angeschlossen und engagieren uns gemeinsam mit den anderen Genossenschaften des Sektors dafür, die rechtlichen Bedingungen stetig zu verbessern.

D5.3 Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe 20% (2 Punkte)

Die Reichweite ist gering. Durch den Zusammenschluss Vieler konnten jedoch befristete Arbeitsverhältnisse für Menschen des ländlichen Raums sicher und effizient organisiert werden.



Gesellschaftliches Umfeld

E



E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte/Dienstleistungen

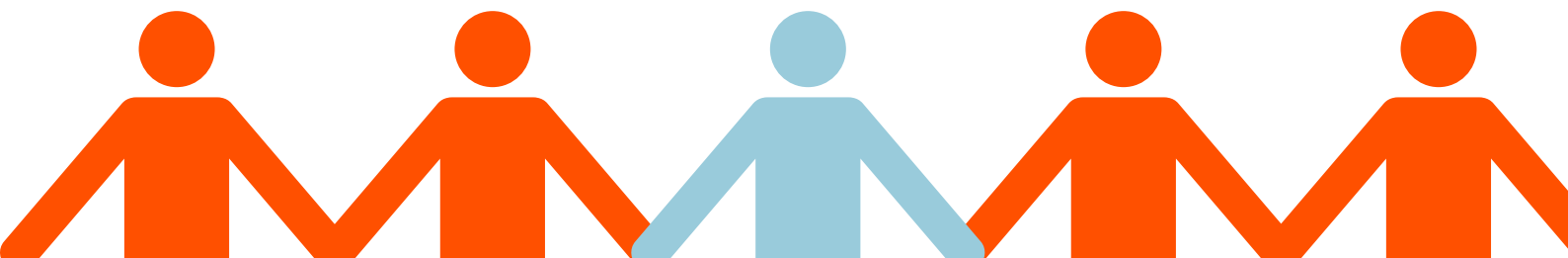
E1.1 *Produkte/Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder dienen der Entwicklung* 100% (45 Punkte)

Als Arbeitergenossenschaft steht bei uns die Schaffung von Arbeitsplätzen im Vordergrund. Wie im Statut festgehalten, besteht unser Ziel darin, durch eine gemeinsame Führung und die eigene Arbeitstätigkeit die Beschäftigung zu sichern und für bessere wirtschaftliche, soziale und berufliche Bedingungen einzustehen. Reinlichkeit und Reinigung sind Grundbedürfnisse eines jeden Menschen. Auch, wenn sich nicht jeder eine Reinigungskraft leisten kann, so ist vielen – beispielsweise Familien, in denen beide Elternteile arbeiten – geholfen, wenn zumindest ein Teil der Hausarbeit abgenommen werden kann. Wir sind jedoch größtenteils in Kindergärten und anderen sozialen Einrichtungen tätig, so dass unsere Reinigungsdienste einer Gruppe von Menschen zugute kommen.

E1.2 *Ökologischer und sozialer Vergleich von Produkten/Dienstleistungen mit Alternativen ähnlichen Nutzens* 100% (45 Punkte)

Wir wollen mit unserem Dienst bewirken, dass Reinigungskräfte, die auch nur wenige Stunden im Monat arbeiten, nicht „schwarz“ beschäftigt werden, sondern regulär gemeldet und krankenversichert sind. Große Reinigungsfirmen dagegen stellen selten Teilzeitkräfte ein, die nur ein oder zwei Stunden am Tag arbeiten können. Vollzeitkräfte erweisen sich für Betriebe als günstiger.

Bei keinen unserer Dienstleistungen handelt es sich um ein Luxusgut, das sich nur wenige leisten können oder das keinen sozialen Zweck erfüllt. Ganz im Gegenteil: Wir bieten Dienste an, die eine demokratische, sozialwirtschaftliche Gesellschaft stützen.



E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Leistungen 10% (2 Punkte)

C Plus ist Gründungsmitglied der Konsortialgenossenschaft Car Sharing Südtirol. Das Projekt wurde durch eine größere Bankbürgschaft unterstützt, um den Leasingvertrag der Autos zu finanzieren. Damit leistet C Plus einen Beitrag im Bereich der nachhaltigen Mobilität, deren Service Einwohner und Urlaubsgäste in ganz Südtirol nutzen können.

E2.2 Vertiefende und nachhaltige Wirkung 10% (2 Punkte)

Die Genossenschaft stärkt das Zusammenleben und das Gemeinwohl.

Wir geben Personen eine Arbeit, die nur wenige Stunden täglich arbeiten können, damit sie Familie und Beruf besser miteinander vereinbaren können. Unsere Kunden sind Gemeinschaften, die Dienstleistungen für die Allgemeinheit erbringen und so Vielen zugute kommen.

Mitarbeiter, die beispielsweise für das Weiße Kreuz oder andere gemeinnützige Organisationen tätig sind, stellen wir frei, wenn sie Einsätze haben oder Kurse besuchen möchten.

Durch das Engagement für das Projekt Car Sharing konnten wir einen Schwerpunkt auf die nachhaltige Veränderung der Mobilität in Südtirol setzen. Mit dieser Alternative möchten wir Menschen dazu motivieren, auf ein Zweitauto zu verzichten oder gar kein eigenes Auto zu besitzen und all ihre Fahrten durch öffentliche Verkehrsmittel und Car Sharing abzudecken.

E2.3 Intensität 10% (1 Punkt)

Mit Hilfe von C Plus und anderen Partnern konnte das Projekt Carsharing erfolgreich in Südtirol anlaufen. Auch weiterhin werden wir das Projekt unterstützen, damit es sich langfristig in Südtirol etablieren kann und eine umweltschonende Art der Mobilität verbreitet wird.

E3 Verringerung ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen 10% (2 Punkte)

Wir kaufen ausschließlich konzentrierte, umweltfreundliche Reinigungsmittel ein, um den Abfall zu reduzieren. Des Weiteren betreut unser Lieferant viele verschiedene Kunden und versucht, die Lieferungen so zusammenzulegen, dass möglichst viele Kunden am gleichen Tag und in der gleichen Gegend beliefert werden, um Fahrtwege zu sparen und somit auch die Emission auf ein Minimum zu beschränken.

E3.2 Relative Auswirkungen 30% (8 Punkte)

Die ökologischen Auswirkungen in den Bereichen Call Center und Verwaltung können wir im Vergleich zum Branchendurchschnitt sehr gering halten. Da unsere Mitarbeiter Zuhause arbeiten, fallen sämtliche Fahrten von und zum Arbeitsplatz weg. Ähnlich verhält es sich auch bei Mitarbeitern im Reinigungssektor, da diese nach der Nähe des jeweiligen Einsatzgebietes ausgewählt werden und so zu Fuß oder mit dem Fahrrad zur Arbeit gelangen können.

Außerdem versuchen wir, auf überflüssiges Papier zu verzichten und drucken nur das aus, was wir als Ge-

nossenschaft in den Ordnern verpflichtend in Papierform aufweisen müssen. Ansonsten werden jegliche Prozesse digital verwaltet und abgewickelt. All unsere Daten werden in einer Cloud gesichert und sind dank der modernen Technik auch allen Verwaltungsmitarbeitern von jedem beliebigen Ort aus zugänglich.

E3.3 Management und Strategie 10% (3 Punkte)

C Plus hat es sich zum Ziel gesetzt, mit möglichst wenigen Ressourcen gute Dienstleistungen zu erbringen. Bei der Suche nach neuen Mitarbeitern achten wir immer darauf, dass die Mitarbeiter nah am möglichen Arbeitsplatz wohnen. Weite Autofahrten werden so größtenteils vermieden. Besonders die Bereiche Call Center und Verwaltung sind maximal ressourcenschonend, da diese Arbeiten von Zuhause aus ausgeführt werden können.



E4 Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung

E4.1 Außenausschüttung 100% (30 Punkte)
C Plus hat keine externen Gewinnausschüttungen.

E4.2 Reinvestition gemeinwohlorientierte Gewinnanwendung 60% (18 Punkte)

Wir investieren unsere Gewinne in gemeinwohlorientierte Projekte.

E5 Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 0% (0 Punkte)

Der vorliegende Bericht ist der erste Gemeinwohlbericht, der von unserem Betrieb verfasst wurde. Er wird auf unserer Internetseite veröffentlicht und auch in Papierform zur Verfügung stehen.

**GESAMT
PUNKTEZAHL
514 VON 1000**

Ausblick

Kurzfristige Ziele:

C Plus plant einen Internetauftritt, mit dem die Sichtbarkeit der Genossenschaft erhöht werden soll. Des Weiteren soll an Kommunikationsmaßnahmen gearbeitet werden und den Mitgliedern und Mitarbeitern der Gemeinwohlgedanke näher gebracht werden.

Langfristige Ziele:

Viele der Punkte werden im Unternehmen bereits gelebt und wurden umgesetzt, müssen jedoch noch institutionell etabliert werden. Die C PLUS Arbeitergenossenschaft setzt sich für die bestmögliche Vereinbarkeit von Familie und Beruf ein. Wir sehen uns als gute Dienstleister, die mit wenig Ressourcen und minimalem Verwaltungsaufwand den Mitgliedern faire Gehälter zahlen.

Prozess zur Erstellung der Gemeinwohlbilanz



Die Mitgliederversammlung hat am 7.9.2013 den Vorstand beauftragt, die Genossenschaft nach den Gemeinwohlkriterien zu bewerten und den Bericht am 6.9.2014 vorzulegen.

Folgende Mitarbeiter waren bei an der Erstellung der Bilanz und des Gemeinwohlberichtes beteiligt:

Petra Herbst

Vorstandsmitglied
Abteilung Call Center und Beauftragte
für den Gemeinwohlprozess
petra.herbst@c-plus.suedtirol.it

Brigitte Pattis

Vorstandsmitglied
Abteilung Reinigung
brigitte.pattis@c-plus.suedtirol.it

Josef Schöpf

Gründer und Obmann
josef@schoepf.it

In Zusammenarbeit mit Christian Trebo vom Terra Institute - Brixen haben wir im Zeitraum von November 2013 bis Mai 2014 circa 150 Stunden für die Erstellung des vorliegenden Berichts aufgewendet. Die erarbeiteten Resultate wurden monatlich dem gesamten Vorstand unseres Betriebes vorgelegt und werden im Mai 2014 der lokalen Presse in Bozen sowie in der Gesellschafterversammlung am 6.9.14 den Mitgliedern präsentiert.

Audit

Das Peer-Audit wurde mit den folgenden Betrieben durchgeführt:

Camping Moosbauer - Bozen
vertreten durch Klaus Egger

Hotel Strobl - Sexten
vertreten durch Sabine Strobl

Vidi GmbH - Tirolfenster – Lienz (A)
vertreten durch Michael Ausserhofer

GemeinwohlMatrix

Berühungsgruppe	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit
A: LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement		
B: GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement		
C: MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	C3: Förderung des ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen
	54 von 90 60%	40 von 50 80%	12 von 30 40%
D: KundInnen/ Produkte/ Dienstleistungen/ Mitunternehmen	D1: Ethisches Verkaufen	D2: Solidarität mit Mitunternehmen	D3: Ökologische Gestaltung Produkte und Dienstleistungen
	10 von 50 20%	14 von 70 20%	36 von 90 40%
E: Gesellschaftliches Umfeld	E1: Sinn u. gesellschaftliche Wirkung der Produkte u. Dienstleistung.	E2: Beitrag zum Gemeinwesen	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen
	90 von 90 100%	4 von 40 10%	14 von 70 20%
Negativkriterien	Verletzung der ILO-Arbeitsrecht/-Normen/ Menschenrechte	Feindliche Übernahme	Illigitime Umweltbelastung
Negativkriterien	0 von -200	0 von -200	0 von -200
	Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	Sperrpatente	Verstöße gegen Umweltauflagen
	0 von -200	0 von -100	0 von -150
	Beschaffung bei/Kooperation mit menschenwürdeverletzenden Unt.	Dumpingpreise	Geplante Obsoleszenz
	0 von -150	0 von -200	0 von -100

Bilanzsumme: 514 von 1000 Punkten

Inhalt.		Soziale Gerechtigkeit				Mitbestimm. & Transp.			
		36	von	90	40%				
		15	von	30	50%				
ökologischen ErInnen	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens					C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz			
		60	von	60	100%	72	von	90	80%
ung der	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen					D5: Erhöhung der so-zialen und ökologischen Branchenstandards			
		3	von	30	10%	6	von	30	20%
her	E4: Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe					E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung			
		48	von	60	80%	0	von	30	0%
gen	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten					Nichtoffenlegung aller Beteiligungen/Töchter			
		0 von -200				0 von -100			
	Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerungen trotz Gewinn					Verhinder. Betriebsrat			
		0 von -150				0 von -150			
	Umgehung Steuerpflicht					Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobby-isten/Lobby-Organisat.			
		0 von -200				0 von -200			
	Unangemessene Zinsen für Nicht-Mitarbeitende					Exzessive Einkommensspreizung			
		0 von -200				0 von -100			



GemeinwohlMatrix

Bilanzsumme: 514 von 1000 Punkten

Berühungsgruppe		Menschenwürde			Solidarität			Ökologische Nachhalt.			Soziale Gerechtigkeit			Mitbestimm. & Transp.		
A: LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement															
B: GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement															
C: MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung			C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit			C3: Förderung des ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen			C4: Gerechte Verteilung des Einkommens			C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz			
	54 von 90	60%	40 von 50	80%	12 von 30	40%	60 von 60	100%	72 von 90	80%						
D: KundInnen/ Produkte/ Dienstleistungen/ Mitunternehmern	D1: Ethisches Verkaufen			D2: Solidarität mit Mitunternehmern			D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen			D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen			D5: Erhöhung der so-zialen und ökologischen Branchenstandards			
	10 von 50	20%	14 von 70	20%	36 von 90	40%	3 von 30	10%	6 von 30	20%						
E: Gesellschaftliches Umfeld	E1: Sinn u. gesellschaftliche Wirkung der Produkte u. Dienstleistung.															
E: Gesellschaftliches Umfeld	E2: Beitrag zum Gemeinwesen			E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen			E4: Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe			E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung						
	90 von 90	100%	4 von 40	10%	14 von 70	20%	48 von 60	80%	0 von 30	0%						
Negativkriterien	Verletzung der ILO-Arbeitsrecht/-Normen/ Menschenrechte			Feindliche Übernahme			Illegitime Umweltbelastungen			Arbeitsrechtliches Fehlverhalten			Nichtoffenlegung aller Beteiligungen/Töchter			
	0 von -200		0 von -200		0 von -200		0 von -200		0 von -100							
Negativkriterien	Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen			Sperrpatente			Verstöße gegen Umweltauflagen			Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerungen trotz Gewinn			Verhinder. Betriebsrat			
	0 von -200		0 von -100		0 von -150		0 von -150		0 von -150							
	Beschaffung bei/Kooperation mit menschenwürde-verletzenden Unt.			Dumpingpreise			Geplante Obsoleszenz			Umgehung Steuerpflicht			Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobby-isten/Lobby-Organisation.			
	0 von -150		0 von -200		0 von -100		0 von -200		0 von -200							
										Exzessive Einkommensspreizung						
													0 von -100			

TESTAT : PEER EVALUIERUNG

GEMEINWOHL-
BILANZ

für C Plus

BegleiterIn Günther Reifer, Christian Trebo

2013

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				40 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				50 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 60 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 80 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 40 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 100 %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 80 %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen	D1: Ethische Kundenbeziehung 20 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmen 20 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 40 %	D4: Soziale Gestaltung der Produk- te und Dienstleistungen 10 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 20 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souve- rän, zukünftige Genera- tionen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 100 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 10 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 20 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 80 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 0 %
Negativ-Kriterien	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

Testat gültig bis 27.02.2017

BILANZSUMME 510