

GEMEINWOHL-BERICHT
2012

 **OKTOBERDRUCK**
Umwelt. Freundlich. Drucken.



GEMEINWOHL-BERICHT

UNTERNEHMEN

FIRMENNAME: Oktoberdruck AG

TÄTIGKEITSBEREICH

Kerngeschäft

Gesamtherstellung Druckproduktion

Projektplanung

Im Haus:

Druckvorstufe

Druckform

Offsetdruck

WV Buchbinderei Rückstichheftung

Lieferung / Lieferlogistik

Stammdaten:

Oktoberdruck AG

Rudolfstraße 1-8 / 10245 Berlin

Handelsregister:

Druckereierzeugnisse / Verlag

Gründung 1973 als Kollektiv

Bis heute im Besitz der Belegschaft

Mitarbeiterentwicklung 2001 / 36 Mitarbeiter 2012 / 20 Mitarbeiter

Jahresumsatz 2 Mio.

SELBSTVERSTÄNDNIS VON OKTOBERDRUCK

In Ergänzung und im Zusammenspiel mit unserer dreijährlich erscheinenden Umwelterklärung hat Oktoberdruck sich in den Indikatoren der Gemeinwohlökonomie verortet und möchte zur Information für Interessierte und als Diskussionsgrundlage, eine Bilanz vorlegen. In einer Branche, die von Marktberreinigung und Rückbau gezeichnet ist, ist das eine besondere Herausforderung. Es ist aber mit unserer Geschichte der Selbstverwaltung und unter diesen Zwängen eine naheliegende Orientierung. Es erfordert eine ernsthafte Auseinandersetzung mit Unternehmensführung unter schwierigen Bedingungen. OD hat allerdings von je her an den Themen, Werten und Vorgaben, die jetzt in der Gemeinwohlökonomie formuliert werden gearbeitet. Unser Anliegen war, neben dem Generieren von Einkommen und Auskommen für Mitarbeiter (20-40), einen Lernraum zu haben im Spannungsfeld der persönlichen Interessen und der notwendigen Entwicklungen.

DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Ein Versuch für eine neue Ausrichtung des Wirtschaftens von der Basis der Betriebe und Unternehmungen. Politische und gesellschaftliche Bewertung ab vom üblichen Erfolgsprinzip, nach Rendite und Gewinn.

Festlegung von Indikatoren für das Gemeinwohl, das Ganze als dynamischer Prozess der Weiterentwicklung. Betriebe machen eine Bilanz und eine Matrix nach eigener Einschätzung. Audit und Evaluation kann in Gruppen von Unternehmen gemacht werden oder mit Auditoren des Vereins für Gemeinwohlökonomie.

Die Darstellung und die öffentliche Wahrnehmung von Unternehmen kann so beeinflusst und verändert werden.

GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSWESEN

BERÜCKSICHTIGUNG REGIONALER, ÖKOLOGISCHER UND SOZIALER ASPEKTE BEIM ZUKAUF VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

Oktoberdruck bezieht seit 2005 Ökostrom von wechselnden Anbietern, derzeit von Naturstrom. Dabei achten wir darauf, dass die Anbieter sich im Aufbau der Erneuerbaren Energien engagieren.

Wir haben langfristige, verbindliche Lieferantenbeziehungen.

AKTIVE AUSEINANDERSETZUNG MIT DEN RISIKEN UND CHANCEN VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN UND SICHERSTELLUNG DER ERKENNTNISSE

EMAS verlangt von uns die Überprüfung unserer eingesetzten Materialien. In den letzten 15 Jahren haben wir kontinuierlich gefährliche Stoffe ersetzt oder ganz vermieden. Bei der Erstbeschaffung neuer Stoffe werden diese auf Verträglichkeit geprüft.

RAHMENBEDINGUNGEN FÜR EINE FAIRE PREISBILDUNG

Wir achten auf faire Konditionen. Wir wechseln nicht zu Billiganbietern und drücken nicht die Preise. Wir setzen auf langfristige Kooperationen mit Firmen deren Prozess- und Produktqualität wir kennen. Es gibt einen kleinen Einkaufsleitfaden, der auf Qualität in der Zusammenarbeit setzt, darin sind Lösungsorientierung und Sympathie neben den Umweltkriterien wichtig. Es gibt Treffen der Einkäufer zum Austausch von Erfahrungen und zur Abstimmung der Umweltpolitik.

B1 ETHISCHE FINANZDIENSTLEISTUNGEN

ETHISCH-ÖKOLOGISCHE QUALITÄT DES FINANZDIENSTLEISTERS

Wir haben drei Kontaktbanken für unsere Kunden. Volks- und Raiffeisenbanken, Postbank und GLS Bank. Seit die GLS Bank mit Firmen arbeitet haben wir unser Hauptgeschäft und unser Rücklagengeld bei der GLS Bank. Der letzte relevante Kredit wurde uns von der GLS Bank nach eingehender Prüfung des Engagements von Oktoberdruck gewährt.

GEMEINWOHLORIENTIERTE VERANLAGUNG VON GELD

Derzeit haben wir keine Geldanlagen, nur ein Tagesgeldkonto für Rücklagen bei der GLS Bank.

GEMEINWOHLORIENTIERTE FINANZIERUNG

Wenn möglich, wurde Geldbedarf in den letzten Jahren auch über Finanzierungen aus dem Bekanntenkreis und unserem Umfeld abgedeckt.

C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

ARBEITSZEITEN

Die Mitarbeiter können in Abstimmung mit den Produktionsnotwendigkeiten ihre Arbeitszeit weitgehend selber gestalten.

ARBEITSPLATZGESTALTUNG

Oktoberdruck hat die Innenräume von Büro und Produktion ebenerdig und transparent angeordnet. Die Mitarbeiter/Innen haben, soweit möglich, Einfluss auf ihre Arbeitsplatzgestaltung.

PHYSISCHE GESUNDHEIT UND SICHERHEIT

Der Betrieb ist unter ständiger Begutachtung zu Arbeitssicherheit und Arbeitsplatzgestaltung durch die externen Ingenieure vom TÜV regelmäßig begleitet vom Betriebsarzt. Die Angebotsuntersuchungen werden den Mitarbeitern angetragen.

PSYCHISCHE GESUNDHEIT

Initiativen zur Gesunderhaltung werden unterstützt. Wir haben am Gesundheitsprojekt Innogema <http://www.innogema.de/web/> zur Gesundheitsförderung in KMU's teilgenommen.

SELBSTORGANISATION, ZUFRIEDENHEIT AM ARBEITSPLATZ, SINNSTIFTUNG

Oktoberdruck ist in seiner Unternehmensorganisation selbstverwaltet. Das bedeutet ein hohes Maß an Selbstverantwortung für den Arbeitsplatz und das Ergebnis. Es entsteht zusätzlicher Aufwand in der Information, in der Kommunikation und in der Abstimmung. Die Mitarbeiter sind gefordert, haben aber auch einen größeren Gestaltungsspielraum und erfahrungsgemäß eine höhere Identifikation.

GLEICHSTELLUNG UND GLEICHBEHANDLUNG VON MANN UND FRAU

Gleichbehandlung und Vielfalt ist bei uns ein erklärtes Ziel. Wir entscheiden nach Vorlage im Einzelfall. Der Vorstand ist paritätisch besetzt und der Aufsichtsrat besteht ausschließlich aus Frauen. Im Betrieb wird nach Qualifikation entschieden. In den letzten Jahren wurden, auf Anfrage, bevorzugt junge Frauen im Druck ausgebildet.

BENACHTEILIGTE

Wir entscheiden nach Einzelfall und Vorlage. Es hat immer wieder Engagements von behinderten Menschen oder Langzeitarbeitslosen bei uns gegeben, wenn das machbar war.

C2 GERECHTE VERTEILUNG DES ARBEITSVOLUMENS

SENKUNG DER NORMALARBEITSZEIT

Wir können die Arbeitszeit nicht beliebig senken. Der Stundenlohn ist für alle gleich und an den betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten orientiert. Die meisten Kollegen wünschen keine Reduzierung der Arbeitszeit.

ERMÖGLICHUNG VON TEILZEITARBEIT

Oktoberdruck hat alle Arten von Teilzeitmodellen, die sich mit den Produktionsanforderungen abstimmen lassen. Jeder verwaltet seine Arbeitszeit selbst und im Vertrauen. Überstunden gilt es zu vermeiden. Es gibt keine Verträge mit Überstundenpauschalen. Wir arbeiten in einer Rückbaubranche und sind aktuell bemüht Arbeitsplätze und Versorgung zu erhalten und die Arbeit zu verteilen.

C3: FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

ERNÄHRUNG WÄHREND DER ARBEITSZEIT

Vor der Branchenkrise gab es bei uns 20 Jahre eine Rundumversorgung und Küche. Es wurde von fest angestellten Köchen/Köchinnen ausgewogen gekocht. Eine vegetarische Versorgung wurde angeboten. Heute versorgt sich jeder selber. In der Gesundheitsförderung wurden Kurse für gute Ernährung angeboten. Gelegentlich wird von Mitarbeitern/Innen für alle Suppe gekocht, weitgehend fleischlos.

MOBILITÄT ZUM ARBEITSPLATZ

Die Mitarbeiter nutzen, bis auf eine Ausnahme, öffentliche Verkehrsmittel oder das Fahrrad für die Mobilität.

BEWUSSTSEINSBILDUNG ZU ÖKOLOGISCHEM VERHALTEN

Gutachter und Interessengruppen geben immer wieder Anregungen zu umweltbewusstem Verhalten. Wir regen die Mitarbeiter zu sparsamen Verbrauch und sachgerechter Entsorgung an. Umweltbewusster Umgang übt sich hier im täglichen Geschehen und in der jahrelangen Erfahrung im EMAS Umweltmanagement.

ÖKOLOGISCHER FUSSABDRUCK

Wir haben keine Berechnung für den ökologischen Fußabdruck unserer Mitarbeiter.

C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

INNERBETRIEBLICHE EINKOMMENSspreizung

Alle Tätigkeiten bei uns haben den gleichen Stundenlohn. Die Arbeit wird bei uns an allen Stellen gleich bewertet. Für gemeinsam definierte besondere Belastungen gibt es geringe Zuschläge. Die Überstundenentwicklung wird in den Abteilungen beobachtet und ist transparent.

INSTITUTIONALISIERUNG

Unser Entlohnungssystem ist als interne Kultur festgelegt und nur innerhalb demokratischer Prozesse, die über die Betriebsverfassung geregelt sind, zu verändern.

MINDESTEINKOMMEN / HÖCHSTEINKOMMEN

Bei voller Arbeitszeit kommt niemand bei uns unter das Mindesteinkommen, bei uns werden auch die Vorstände mit dem allgemeinen Stundenlohn bezahlt und erhalten einen geringen Zuschlag für die Belastung aus der großen Verantwortung und Haftung.

C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

GRAD DER TRANSPARENZ

Alle im Unternehmen können sich jederzeit über Finanz- und Strategiefragen informieren. In Betriebsversammlungen zum Quartal werden die Zahlen und wesentliche Informationen zur Diskussion gegeben. Zu relevanten Themen gibt es Informationsvorlagen, Entscheidungen werden vorbereitet, gegebenenfalls gibt es Arbeitsgruppen.

LEGITIMATION DER FÜHRUNGSKRÄFTE

Die Aufsichtsräte werden von der Aktionärsversammlung, der teilhabenden Belegschaft und einigen Ehemaligen gewählt. Unsere Führungskräfte werden über ein Votum der Betriebsversammlung bestimmt und vom Aufsichtsrat eingesetzt.

MITBESTIMMUNG OPERATIVES GESCHÄFT / GEWINN

Die richtungsweisenden Entscheidungen bei Oktoberdruck werden vorbereitet, diskutiert und mit Mehrheit entschieden. Zum Umgang mit Gewinnen und Verlusten gibt es Vorschläge gemeinsam gefunden von Vorstand und Aufsichtsrat an die Aktionärsversammlung.

MITEIGENTUM

Das Unternehmen gehört den Mitarbeitern und ehemaligen Mitarbeitern.

D1 ETHISCHES VERKAUFEN

VERANKERUNG IM UNTERNEHMEN

Oktoberdruck will mit dem ermittelten Preis den Betrieb erhalten, strebt keine Gewinne über den Erhalt der Wirtschafts- und Produktionsfähigkeit hinaus an. Niemand bereichert sich persönlich. Kunden werden sachdienlich und kompetent beraten. Wir lenken in Richtung nachhaltige Produktion.

UMFANG DES ETHISCHEN MARKETINGS

Wir sind um wahrhaftige Aussagen zu Produktion, Wert und Preisgestaltung bemüht. Unser Geschäft beruht fast nur auf Mund zu Mund Propaganda. Unsere Angebote sind verlässlich.

SCHULUNG FÜR ETHISCHES MARKETING

Marketing in dem Sinne betreiben wir nicht und wir haben auch kein Verständnis davon. Wir stellen den Betrieb in inhaltlichen Kontexten vor und versuchen für unsere Auffassung von Zusammenarbeit Interessierte zu finden.

UMFANG DER MITBESTIMMUNG DURCH KUNDINNEN

Unsere Kunden sind in der Projektentwicklung weit einbezogen. Wir machen unregelmäßig Kundenbefragungen.

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

OFFENLEGUNG VON INFORMATION UND WEITERGABE VON TECHNIKEN

Traditionell läuft ein Teil unserer Gesamtherstellung in Kooperation. Wir sind auf Offenlegung und Weitergabe in der Kooperationskultur angewiesen und praktizieren das selber auch. Wir setzen Zeit und Aufwand ein um Kooperationen aufzubauen. Wir arbeiten verbindlich und wertschätzend zusammen.

WEITERGABE VON AUFTRÄGEN / KOOPERATIVE MARKTTEILNAHME

Wir haben sowohl Arbeitskräfte ausgetauscht und Lernmöglichkeiten geschaffen, als auch Aufträge unter Kollegen weitergegeben. Wir sind um sinnvolle Produktion bemüht. Das geht oft nur an den dafür passenden Maschinen. Vertrauen in Kooperationen und gute Abstimmung sind ein hohes Gut.

KOOPERATIVES MARKETING

Wir verzichten auf jegliches Schlechtmachen der Konkurrenz. Wir machen keine Werbung. Im Rahmen der Gemeinwohl-Ökonomie könnte gemeinsame Außendarstellung im Thema möglich sein.

D3 ÖKOLOGISCHE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

EFFIZIENZ UND KONSISTENZ

Wir sind bemüht unseren Kunden Recycling Papiere anzubieten und im Produktionsprozess die Recycelbarkeit der Produkte zu erhalten. Wir beraten auf Umweltverträglichkeit im gesamten Prozess (z.B. Transporte zu vermeiden).

SUFFIZIENZ

Wir sind bemüht Druckprodukte mit einem länger nutzbaren Inhalt zu produzieren, keine Werbung und keine Verpackung. Unser tägliches Erleben ist der Rückbau in unserer Branche. Wir versuchen weg von der Masse, zu kleinen, feinen und wertigen Produkten zu kommen, die eine längere Halbwertszeit haben, als kurze Information, Werbung und Verpackung

KOMMUNIKATION

Wir kommunizieren aktiv und haben über EMAS auch die Aufgabe mit Vorlagen, Führungen und Vorträgen in die Kommunikation zu gehen. Das Umweltprogramm wird veröffentlicht.

D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

BERÜCKSICHTIGUNG ÖKONOMISCHER BARRIEREN

Immer wieder werden wir auf eine Unterstützung weltanschaulich orientierter Veröffentlichungen oder Informationsmaterialien angesprochen. Wenn wir Geldmittel zum Umverteilen haben und uns darauf einigen können, sind wir bemüht Projekte und Kultur zu unterstützen.

BARRIEREFREIER ZUGANG ZU DEN PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

Es gibt keine besonderen Hürden bei uns, alles ist ebenerdig zu erreichen. Wir werden meist über Mail und Telefon kontaktiert. Im Einzelfall haben wir immer Möglichkeiten für Zugang gefunden.

AKTIVE BEACHTUNG ETHISCH-SOZIALER RISIKEN FÜR DIE KUNDINNEN UND KUNDEN.

Oktoberdruck hat einen Namen und zieht passende Unternehmen und Kunden an. Das führt zu einer Vorauswahl von Interessenten und Lieferanten. Wir haben eine Obacht im Kontakt mit anderen Unternehmen. Es gibt eine EMAS Lieferantenbefragung zum Engagement der Unternehmen, mit denen wir zusammenarbeiten, die uns eine gewisse Einschätzung ermöglicht.

D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

STANDARDENTWICKLUNG MIT MITBEWERBERN UND PARTNERN IN DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

In den letzten 15 Jahren haben wir in der Druckbranche zur Standardentwicklung beigetragen. Wir waren immer ein Vorzeigeunternehmen speziell als das Umweltthema marketingrelevant wurde. Noch heute gibt es immer wieder gegenseitige Anregungen in der Wertschöpfungskette und Testphasen mit Lieferanten.

AKTIVER BEITRAG ZUR ERHÖHUNG LEGISLATIVER STANDARDS

Wir haben in den letzten Jahren Vorträge und Führungen im Bereich Managementsysteme und Standards angeboten. Das Unternehmen hat bei der Entwicklung von Leitfäden zugearbeitet (z.B. CSR, Nachhaltigkeit in KMU, Nachhaltige Beschaffung im öffentlichen Bereich). Wir sind seit vielen Jahren Mitglied bei UnternehmensGrün.

REICHWEITE UND SOZIALÖKOLOGISCHE FACETTEN DES UNTERNEHMENS

Wir haben Recyclingpapiere gefördert und als Stil- und Gestaltungsmittel im Design befördert (Anteil ca.30 %) Wir haben früh auf mineralölfreie Farbe umgestellt.

E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

BESCHREIBUNG DER GESELLSCHAFTLICHEN WIRKUNGEN

Oktoberdruck hat in seiner Tradition der Selbstverwaltung und der umweltverträglichen Druckproduktion zwei gesellschaftlich interessante Aspekte. Beide werden freigiebig gezeigt und kommuniziert. Wir beraten Kunden und Gestalter zu Umweltaspekten und bieten Einblick in unsere Organisation, für Interessierte aus Betriebswirtschaft, Management, Politik, Volkswirtschaft, Ethik und Religion.

POSITIVER Nutzen / NEGATIVE FOLGEWIRKUNGEN

Es entstehen schöne Drucksachen mit Informationsgehalt, möglichst recycelbar hergestellt. Negative Folgewirkungen im benannten Sinne entstehen nicht.

KULTURVERTRÄGLICHKEIT DIESER WIRKUNGEN

Oktoberdruck erzeugt seine Druckprodukte in Selbstverwaltung und Teilhabe. Persönlichkeitsbildende Erfahrungen, demokratische Prozesse und Selbstverantwortung sind darin mit angelegt. Wir verstehen uns als Lernraum.

ÖKOLOGISCHE VERTRÄGLICHKEIT DIESER WIRKUNGEN

Drucken als Produktionsprozess verträgt sich nicht mit Natur. Die Herstellung der Zwischenmaterialien Papier, Farbe, Druckplatten, Chemikalien sind nicht umweltverträglich zu machen. Der Ressourcen-, Energie- und Wasserverbrauch ist erheblich. Wir können die Produktion nur so umweltverträglich wie möglich gestalten.

ÜBERPRÜFUNG UND BEWERTUNG DER WIRKUNGEN

Naturverträglichkeit ist ein immer mitlaufendes Thema bei uns. Suffizienz taucht beim Wirtschaftlichkeitsteil auf. Der Betrieb setzt andere Schwerpunkte als Wachstum. Wir diskutieren den Zugewinn durch Lebens- und Arbeitsqualität. Das passiert bei uns nicht nur innerhalb einer eingeschworenen Gemeinde, sondern findet an den Schnittstellen zur Gesellschaft statt und infiziert so auch bisher Uninteressierte.

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

ART UND UMFANG DER LEISTUNGEN

Oktoberdruck hat bisher nicht in einem eingegrenzten Gemeinwesen gewirkt. Wir haben politische Interessengruppen im Umfeld, die sich immer wieder an uns wenden. Wir beteiligen uns an Zirkeln die kollektives Arbeiten praktizieren oder installieren. Wir sind Mitglied bei UnternehmensGrün, beim BUND und unterstützen diverse Projekte in Schule und Ausbildung und beim Nabu. Wir bilden seit 20 Jahren aus und bieten Praktika für Schule und Hochschule.

WIRKUNGEN

Oktoberdruck ist eine Marke in diesen gesellschaftlichen Themen, weil der Betrieb sich bisher auch unter schwierigsten wirtschaftlichen Bedingungen und internen Konflikten gehalten hat. Der Betrieb erzeugt eine gewisse Attraktion und fördert Neugier und Lust, auch solche Arbeitsformen zu wählen und zu versuchen. Junge Menschen haben derzeit wieder vermehrt Interesse am Thema „anders Arbeiten“.

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

RELATIVE ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN IM BRANCHENVERGLEICH

Im Zuge von EMAS (seit 1995) und dem kontinuierlichen Verbesserungsprozess der dort vorgegeben ist, sind die Verbesserungen im Rahmen unserer Möglichkeiten im Umweltprogramm umgesetzt. Die Schritte werden kleiner.

MASSNAHMEN ZUR ERKENNUNG UND MINDERUNG VON ÖKOLOGISCHEN AUSWIRKUNGEN

Oktoberdruck erhebt Kennzahlen und ist bemüht noch weitere Verbesserungen zu erreichen. Im nächsten Umweltprogramm werden wir uns mit dem CO² Fußabdruck des Unternehmens beschäftigen und die Auseinandersetzung der Mitarbeiter mit dem Thema anregen.

E4 MINIMIERUNG DER GEWINNAUSSCHÜTTUNG AN EXTERNE

Es gibt traditionell keine Gewinnausschüttung bei Oktoberdruck, das ist nicht das Anliegen der teilhabenden Belegschaft. In zwei Ausnahmefällen, innerhalb der letzten 15 Jahre, wurde ein kleiner Betrag ausgeschüttet, um die ehemaligen Mitarbeiter zu honorieren, die weiter Gesellschafter in der AG geblieben sind.

E5 GESELLSCHAFTLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

ART UND UMFANG DER TRANSPARENZ

Oktoberdruck ist eine kleine, nicht börsennotierte AG, das beinhaltet die Veröffentlichung der Bilanz und damit der wirtschaftlichen Situation. Seit 1995 gibt es von uns alle drei Jahre eine Umwelterklärung, die unsere Kennzahlen und das Umweltprogramm enthält. Wir öffnen uns für Berater und Interessengruppen auf Nachfrage. Die Selbstverwaltung und Mitbestimmung verlangt betriebswirtschaftliche und strategische Transparenz nach innen. Die Betriebsversammlung ist das demokratische Entscheidungsgremium. Der Gemeinwohlbericht ist Diskussionsgrundlage nach innen und außen und erhöht die Transparenz.

ART UND UMFANG DER GESELLSCHAFTLICHEN MITBESTIMMUNG

Institutionalisierte Mitbestimmung von außen gibt es nicht, wir reagieren auf Nachfrage Interesse oder Kritik.

AUSBLICK

KURZFRISTIGE ZIELE

Wir möchten das Unternehmen ins vierzigste Jahr führen.

Wir möchten mit Oktoberdruck die Strukturänderung in unserer Branche bewältigen.

Dazu gehört das Ansprechen und Einbeziehen der Interessengruppen.

Die Fragestellung lautet, wie machen wir eine Anpassung oder Sanierung in unserem Sinne selbstverantwortlich, fair und erträglich.

LANGFRISTIGE ZIELE

- Mit Kunden und Lieferanten im direkten Kontakt arbeiten
- Schöne, umweltverträgliche Drucksachen produzieren
- Den Modell- und Lernraum Oktoberdruck erhalten

VISION

- Produktion von Menschen, mit Menschen, für Menschen
- Produktion als ein gesellschaftlich relevanter und erfahrbarer Vorgang (Drucken zum Gucken)

MISSION

- Eine Idee von anderem Leben und Arbeiten zu „pflanzen“
- Menschen in Selbstverantwortung bilden
- Gelungenes Leben zu üben
- Bescheidenheit zu üben

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Vorstellung der Gemeinwohlökonomie in der Betriebsversammlung.

Zustimmung der Betriebsversammlung zur Arbeit an der Gemeinwohlbilanz.

Mitarbeit:

Isabelle Azrak

Sylvia Albrecht

Martina Fuchs

Die Bilanz wurde im Zeitraum zwischen Oktober 2012 und März 2013 erstellt. Es wurden ca. 70 Stunden für die Erarbeitung der Bewertung und des Berichtes aufgewendet. Dazu kommen zwei Betriebsversammlungen für die Vorstellung und Abstimmung der Bewertung und des Berichtes.

Für die GWÖ geworben und ehrenamtlich unterstützt wurde Oktoberdruck von Jan-Peter Homann.

Besonderer Dank dafür an ihn.

www.oktoberdruck.de

info@oktoberdruck.de

Datum: 10.04.2013

TESTAT : PEER EVALUIERUNG

GEMEINWOHL BILANZ 2012 für

Oktoberdruck
Peer-BegleiterIn: G.Reifer, U.Töpfer, J.Paul



WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestim- mung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				58 von 90
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				19 von 30
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 37 von 90	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 26 von 50	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 12 von 30	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 60 von 60	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 68 von 90
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen	D1: Ethisches Verkaufen 26 von 50	D2: Solidarität mit Mitunternehmen 18 von 70	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 41 von 90	D4: Soziale Gestaltung der Produk- te und Dienstleistungen 11 von 30	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 21 von 30
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souve- rän, zukünftige Generati- onen, Mitmenschen und Natur weltweit	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 29 von 90	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 16 von 40	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 41 von 70	E4: Minimierung der Gewinnaus- schüttung an Externe 60 von 60	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 14 von 30
Negativ-Kriterien	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte 0	Feindliche Übernahme Sperrpatente 0	Massive Umweltbelastungen für Ökosysteme 0	Ungleichbezahlung von Frauen und Männern 0	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter 0
	Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO 0	Dumpingpreise 0	Grobe Verstöße gegen Umweltauflagen (z.B.: Grenzwerte) 0	Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerungen bei Gewinn 0	Verhinderung eines Betriebsrats 0
	Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen 0		Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) 0	Töchter in Steueroasen Eigenkapitalverzinsung > 10% 0	Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister 0

BILANZSUMME 557

