

---

# GEMEINWOHL-BERICHT

## UNTERNEHMEN

FIRMENNAME: SROKA STAHL- UND ANLAGEBAU UG & CO.KG

Branche: Stahlbau

Anzahl der MitarbeiterInnen: 5 Mitarbeiter/ -innen

1 Freiberuflerin

1 Geschäftsführer

Umsatz: 370.000 Euro

## DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Das Moto unseres Unternehmens lautet: **aus wirtschaftlicher Vernunft und sozialer Verantwortung**. Da dieses Ziel mit dem Kriterien der Gemeinwohlökonomie übereinstimmt, können wir uns mit der Bewegung sehr gut identifizieren. Wir haben den Bericht und die Bilanz nach den Kriterien der Gemeinwohlökonomie aufgestellt. Mit der Gemeinwohlbilanz sehen wir einen Weg, uns mit anderen Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen zu vergleichen und von Ihnen zu lernen. Es ermöglicht uns, über den Finanzgewinn hinaus im Sinne des Gemeinwohlgedankens weiterzuentwickeln und diese Entwicklung zu verfolgen. Nebenher versprechen wir uns durch die Veröffentlichung des Gemeinwohlberichtes einen positiven Marketingeffekt.

## TÄTIGKEITSBEREICH

Die Sroka Stahl und Anlagebau UG & Co.KG erstellt Betriebsmittel im Bereich Lager, Logistik und Transport, ist im Vorrichtungsbaubau tätig. Die Kernkompetenzen des Unternehmens beim Stahlbau liegen im Prototypen- und Sonderkonstruktionsbau, inklusive der CAD-Konstruktionen, sowie in der Fertigung von Kleinstserien. Im Sinne des Umweltschutzes werden Auffangwannen für wassergefährdende Stoffe hergestellt. Als Erweiterung in der Produktpalette ist das Unternehmen seit neuerem im Bereich der erneuerbaren Energien als Dienstleister für Beratung, Verkauf, Montage, Inbetriebnahme und Service von Kleinwindenergieanlagen bis 100kw tätig.

## NEGATIVKRITERIEN

	Kann ich bestätigen	Kann ich nicht bestätigen
Keine Verletzung der ILO-Arbeitsrechtenormen/ Menschenrecht	X	
Keine Menschenunwürdige Produkte	X	
Keine Beschaffung bzw. Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen	X	
Keine feindliche Übernahme	X	
Keine Sperrpatente	X	
Keine Dumpingpreise	X	
Keine massive Umweltbelastungen für Ökosysteme	X	
Keine groben Verstöße gegen Umweltauflagen (z.B. Grenzwerte)	X	
Keine geplante Obsoleszenz	X	
Keine Ungleichbehandlung von Frauen und Männern	X	
Kein Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung trotz Gewinn	X	
Keine Unternehmen in Steueroasen	X	
Keine Eigenkapitalverzinsung über 10%	X	
Offenlegung alle Beteiligungen und Tochterunternehmen	X	
Keine Verhinderung eines Betriebsrates	X	
Offenlegung aller Finanzflüsse an Lobbyisten und Lobby- Organisationen/ Eintragung ins Lobbyregister der EU	X	

# GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

## A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSWESEN

Wir sind ein überregional aufgestelltes Unternehmen. Im Einkauf bevorzugen wir jedoch, bei gleichem Preis-Leistungsverhältnis, generell regionale und nicht profitorientierte Unternehmen.

Durch die im Unternehmen installierte Kleinwindenergieanlage kommt dem Unternehmen erneuerbare Energie zugute.

In unserem Unternehmen verarbeiten wir zum größten Teil Stahl. Dieser ist genormt und wird in unterschiedlicher Qualität angeboten, Einfluss auf die ökologische Beschaffenheit haben wir hier nicht. Stahl wird jedoch in Deutschland zu 45% aus recyceltem Stahl gewonnen. Durch Abruf des Prüfzeugnisses 3.1 B ( eine von einem unabhängigen Werkssachverständigen ausgestelltes Prüfzeugnis über die Güte und Zusammensetzung des Materials) wird seit kurzem für alle Produkte im geregelten bauaufsichtlichen Bereich die Qualität des Materials nachverfolgt. Mit diesem Prüfzeugnis lässt sich auch die Herkunft des Materials feststellen.

Unsere Produkte sind in sozialer Hinsicht nicht anrücklich. Zukaufsteile sind unseres Wissens noch nicht sozial belastet, etwas durch Billiglohn oder schlechte Arbeitsbedingungen.

Beim Einkauf von Kleinwindenergieanlagen achten wir auf den Erwerb hochwertiger Produkte, welche eine entsprechende Langlebigkeit gewährleisten. In einem intensiven Prüfungsprozess haben wir Produzenten und Produkte aus der ganzen Welt kritisch betrachtet. Unsere Auswahl fiel schlussendlich auf Unternehmen, die großen Wert auf eine langfristige, intensive und vor allem kooperative Beziehung mit uns legen und deren Produkte für lange Haltbarkeit, hohe Zuverlässigkeit und sehr gute Ertragseigenschaften stehen. In Bereich der Kleinwindenergieanlagen können wir somit das Ausfallrisiko für unsere Kunden auf ein Minimum reduzieren.

Die Kleinwindenergieanlagen sollen als Beispiel für unser Vorgehen beim Beschaffungswesen dienen. Auch in Zukunft werden wir viel Wert auf Kooperationen legen. Unserer Auffassung ist dies der erfolgversprechendste Weg, die Existenz unseres Unternehmens und der Arbeitsplätze der Mitarbeiter zu sichern. Darüber hinaus können unsere Auftragnehmer und Zulieferer ihre Zusammenarbeit sicherer planen.

## B1 ETHISCHE FINANZDIENSTLEISTUNGEN

Den größten Teil der finanziellen Transaktionen wickeln wir über eine Privatbank ab. Ein weiteres Konto existiert bei einer Volksbank. Im Zuge der Erstellung des Gemeinwohlberichtes planen wir mit einer Ethik-Bank Finanztransaktionen abzuwickeln.

Wir investieren ausschließlich ins eigene Unternehmen, um unsere Kunden die Produkte mit den bestmöglichen Konditionen beliefern zu können. Ein positiver Cash Flow garantiert, dass wir betriebsinterne Investition in Computer, Technik und insbesondere in moderne Maschinen tätigen können.

Um größere Aufträge abwickeln zu können, wurde ein Darlehen aus dem familiären Umfeld des Eigentümers aufgenommen. Dieses Kapital wurde hauptsächlich für den Bereich der Kleinwindenergieanlagen bereitgestellt um das ökologische Portfolio auszubauen.

## C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

In unserem Unternehmen sind die Arbeitszeiten regulär festgeschrieben, um Verzögerungen im Produktionsprozess zu vermeiden. Es besteht aber die Möglichkeit, bei kurzfristigen Problemen Arbeitszeit zu verlegen. Da unsere Produktion stark vom Auftragsvolumen abhängt, besitzt jeder Mitarbeiter ein Arbeitszeitkonto. Dies ermöglicht uns, unsere Mitarbeiter bei schwacher Auftragslage vor kurzfristiger Arbeitslosigkeit zu schützen und andererseits alle Kundenwünsche bestmöglich bearbeiten zu können. Durch dieses Verfahren sind unsere Mitarbeiter in einem langen und relativ sicheren Arbeitsverhältnis. Neben einem sehr guten Betriebsklima führte dies dazu, dass seit der Gründung 2004 kein Mitarbeiter das Unternehmen verlassen hat, um in ein anderes Unternehmen zu wechseln.

Unsere Produktionsfläche ist eine 750 m<sup>2</sup> große Halle an der sich auch unser Büro und die Sozialräume befinden. Bei winterlichen Lichtverhältnissen ist die Halle nicht optimal beleuchtet, was im Rahmen von möglichen Investitionen Schritt für Schritt verändert wird. Ein Problem stellen zudem die Hallentemperaturen dar, da die Halle nicht oder nur mit großen Verlusten beheizbar ist. Durch punktuelle Arbeitsplatzheizung und Aufwärmphasen für die Mitarbeiter haben wir Alternativen geschaffen. Körperlich eingeschränkte Personen haben bei Bedarf barrierefreien Zugang zu allen Räumen unseres Betriebes.

Da unser Unternehmen sehr klein ist, herrscht ein fast familiäres Verhältnis untereinander. Es herrscht ein absolutes Vertrauensverhältnis sowohl zwischen den Mitarbeitern untereinander wie auch zum Geschäftsführer. In diesem Sinne wird auch ein kooperativer Führungsstil gepflegt. Dies zeigt sich darin, dass Mitarbeiter bei der Gestaltung der Produkte mitbestimmen können. Probleme werden als Team besprochen, wobei die Entscheidung letzten endlich beim Geschäftsführer liegt. Weiterbildungen werden von unserem Unternehmen (finanziell) gestützt und gefördert.

Frauen und Männer sind grundsätzlich gleichgestellt. Das Klima in der Belegschaft ist gut und wird die Durchmischung von männlichen und weiblichen Mitarbeitern sogar befördert. Aufgrund der geringen Mitarbeiterzahl und des Nichtauftretens negativer Ereignisse in unserem Unternehmen haben wir keinen Gleichstellungsbeauftragten. Eine Offenlegung von Löhnen und Gehältern ist nicht vorgesehen, jedoch werden die Einkommen entsprechend der Leistung und Einsatzbereitschaft der einzelnen Mitarbeiter unabhängig vom Geschlecht gestaltet.

Bisher haben wir noch keine Bewerbung von benachteiligten Menschen bekommen. Wenn dies der Fall sein sollte, prüfen wir ihre beruflichen und sozialen Fähigkeiten und stellen bei Bedarf auch gerne ein.

## C2 GERECHTE VERTEILUNG DES ARBEITSVOLUMENS

Wie oben schon erwähnt führen wir Arbeitszeitkonten. Alle Arbeitsverträge basieren alle auf einer 38 Stundenwoche. Kurzfristig kann es vorkommen, dass Mitarbeiter über oder unter der vertraglichen Wochenarbeitszeit liegen, jedoch langfristig betrachtet pendeln sich die Stunden ein. Es besteht die Möglichkeit, dass Überstunden ausgezahlt werden, jedoch ohne Aufschläge um die Motivation von Überstunden zu vermeiden.

Bei uns sind keine Mitarbeiter in Teilzeitmodellen beschäftigt und in naher Zukunft dafür vorgesehen.

### C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

Jeder Mitarbeiter ist für seine eigene Verpflegung zuständig. Dafür stellt das Unternehmen die im Aufenthaltsraum befindliche Küchenzeile und Equipment zur Verfügung. In direkter Nachbarschaft befindet sich zudem noch eine betriebsexterne Kantine, in der insbesondere die Mittagsversorgung gewährleistet ist und ein ausreichendes und wechselndes Essen angeboten wird.

Unser Betrieb ist mit ÖPNV zwar zu erreichen, was aber einen zeitlich einen erheblichen Zeitaufwand bedeuten würde, weshalb jeder Mitarbeiter mit dem Auto kommt. Der Geschäftsführer fährt an Tagen, die sich beruflich und wettertechnisch eignen mit dem Fahrrad.

Durch unsere Produktpalette, wie den Kleinwindenergieanlagen, setzen sich unsere Mitarbeiter mit dem Thema Ökologie auseinander. Recyclbare werden soweit möglich sortiert der Wiederverwertung zugeführt

Bisher haben wir noch keinen Ökologischen Fußabdruck von unseren Mitarbeitern erstellen lassen, um den des Betriebes damit zu ermitteln.

### C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

Unsere innerbetriebliche Einkommensspreizung liegt bei derzeit bei 1:2, was jedoch nicht institutionalisiert ist.

Das niedrigste Einkommen liegt 20% unter dem in der Gemeinwohlökonomie vorgeschlagenen Mindestlohn. Wenn sich unsere Wirtschaftlichkeit verbessert ist hier auch über eine Erhöhung nachzudenken. Langfristig sind die Arbeitsverträge so angelegt, dass die Mitarbeiter einen festen Stundenlohn vergütet bekommen. Davon unabhängig erhöhen sich die Löhne schrittweise nach Leistungsbereitschaft der einzelnen Mitarbeiter sowie entsprechend der betrieblichen Möglichkeiten.

Keiner der Mitarbeiter oder der Geschäftsführer überschreiten das Zehnfache des landesüblichen Mindestlohnes.

### C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

Nur einigen Mitarbeitern ist es gestattet, in sensible Daten Einsicht zu nehmen, wenn es für ihre Arbeit erforderlich ist. Aus Datenschutz- und Sicherheitsgründen haben nicht alle Mitarbeiter Einsicht in diese Daten. Unsere Kundendaten können von einem größeren Teil der Mitarbeiter eingesehen werden.

Der Geschäftsführer hat dieses Unternehmen gegründet und aufgebaut. Dieser kann insofern nicht gewählt oder anderweitig bestimmt werden. Anders bei der Einstellung einer neuen Führungskraft. Hier können die Mitarbeiter konsultierend mitwirken. Ein Vetorecht

haben die Mitarbeiter offiziell nicht. Wenn die Mitarbeiter die neue Führungskraft jedoch nicht für geeignet halten, wird der Geschäftsführer ihre Meinungen in den Entscheidungsprozess mit einfließen lassen.

Es wird in diesem Unternehmen versucht konsensual zu entscheiden, um alle mit einzubeziehen. Die Entscheidung trifft letztendlich der Geschäftsführer. Von dem Entscheidungsergebnis lag die Auffassung der Mitarbeiter bisher nie weit entfernt.

Die Mitarbeiter profitieren weder von einer Gewinnbeteiligung noch halten sie Eigentum an diesem Unternehmen.

## D1 ETHISCHES VERKAUFEN

Wir haben keine Institutionalisierung im Bereich des Vertriebs, jedoch besteht eine langjährige ethische Grundhaltung. Diese basiert darauf, dass keine Geschäftstätigkeit mit Rechtspopulisten oder Unternehmen erfolgt, die bekannt sind für ihr schlechtes soziales und/oder ökologisches Verhalten gegenüber Mensch oder Natur.

Wir bemühen uns sehr um und praktizieren faire Geschäftgebahren. Für uns zählt noch das Handschlag-Geschäft. Unsere Kundenbeziehung gestalten sich sehr langfristig und nachhaltig. Unsere Kunden erhalten neben der bestellten Ware immer einen Mehrwert im Rahmen von Beratung und Betreuung.

Der Geschäftsführer ist hauptverantwortlich für das Marketing. Seriösität, Zuverlässigkeit, Kompetenz und Flexibilität sind die Hauptsäulen unseres Marketings. Das Unternehmen trägt zudem überregional an der Meinungsbildung zu gunsten der Energiewende durch Beiträge und Artikel im Internet bei. Durch Vorträge und Präsentationen zur Windenergie unterstützen wir die Abkehr von Kernenergie und Kohle als Energieträger.

Auf konventionelle Verkaufsschulungen mit den Mitarbeitern wird verzichtet. Vielmehr wird an reellen Beispielen als Anschlußhandlung die Vorgehensweise und das Ergebnis ausgewertet und Schlussfolgerungen für weitere Kundenkontakte gezogen.

Wir haben keinen Kundenbeirat, dennoch haben Kunden großen Einfluss auf unsere Produktion. Dadurch, dass wir viele Einzelteile oder Kleinserien produzieren, richten wir uns sehr stark nach den Bedürfnissen der Kunden aus.

Wir sind gesetzlich dazu verpflichtet die meisten Inhaltstoffe unserer Produkte offen zu legen. Bei Kundenanfragen geben wir selbstverständlich alle Inhaltsstoffe unserer Produkte an.

Mit dem Verbraucherschutz arbeiten wir bisher nicht zusammen.

Unter unserer zentralen Telefonnummer, sind wir für Probleme und Nachfragen jederzeit zu erreichen. Jede Reklamation sehr ernst genommen und im Kundeninteresse direkt von der Geschäftsführung bearbeitet. Schnelle Entscheidungen und Handlungen führen immer zur letztendlichen Zufriedenheit des Kunden. Unklare Probleme werden durch Kulanzentscheidungen gelöst.

## D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Wir sind im Besitz von selbst erforschten Technologie, die wir nur im Rahmen einer Zusammenarbeit weitergeben. Bei der Offenlegung von wichtigen Informationen würden wir unser Know-How preisgeben, was einen wichtigen Teil unseres Erfolges ausmacht.

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit anderen Partnern liefern wir jedoch auch unsere Erkenntnisse und tragen so zur Verbesserung von Produkten unserer Partner bei.

Wir sind nicht abgeneigt Mitunternehmen mit Arbeitskräften auszuweichen, sofern wir diese nicht selbst benötigen. Von anderen Unternehmen haben wir bereits Mitarbeiter in unserem Unternehmen beschäftigt.

Unsere Marketingstrategie verzichtet grundsätzlich auf Differenzierung und Diffamierung unserer Mitbewerber. Dies wird von unseren Kunden auch honoriert. Sie erkennen sehr wohl den Wert unserer Leistung und unserer Produkte.

Derzeit verzichten wir auf massenmediale Werbung. Dies kann sich jedoch langfristig ändern, da wir diesen Bereich entgegen der Auffassung der Gemeinwohlökonomie als wichtige Informationsquelle für Vermarktung ansehen.

### D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Die meisten unserer Produkte stehen mit Stahl als Grundstoff in Verbindung. Hier gibt es keinen ökologisch besseren oder schlechteren Stahl.

Wir verschieben jedoch unser Produktangebot in die ökologisch nachhaltige Richtung. Zum einen ist das Unternehmen eins der wenigen Unternehmen am Markt, welches Kleinwindenergieanlagen an Endkunden betriebsfertig liefert. Hier verfolgen wir das Ziel, dass Haushalte und Gewerbetreibende unabhängiger von der zentralen Stromversorgung werden. Ein weiterer Vorteil ist, dass Kleinwindenergieanlagen in bebauten Gebieten integrierbar sind.

Zum anderen leisten wir mit der Fertigung von Auffangwannen für wassergefährdende Stoffe einen Beitrag zum Schutz vor Umweltverschmutzung.

Schon aus finanziellen Gründen versuchen wir unseren Energie- und Rohstoffverbrauch gering zu halten. Bei der Variation von Stahl haben wir wie oben schon beschrieben keine Alternative.

### D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Bei regionalen und vor allen bei Kleinstunternehmen bieten wir (preislich) bessere Konditionen an. Das ist ein Teil unserer Unternehmensphilosophie, um zum einen die Region zu stärken, von der wir abhängig sind und zum anderen sozial zu agieren. Die Unternehmenspolitik wenden wir bei allen Waren und Dienstleistungen im Unternehmen an, was ungefähr 15 % unseres Umsatzes ausmacht.

Unsere Kunden kommen ausschließlich aus dem deutschsprachigen Raum. Sollte sich dies in Zukunft ändern, würden wir zur Kommunikation einen Dolmetscher hinzuziehen, um mögliche Verständigungsprobleme zu beseitigen. Unsere ausgestellten Zertifikate sind zum Teil auf Englisch. Damit tragen wir der Internationalisierung Rechnung. Darüber hinaus sind

alle unsere Produkte und Dienstleistungen nach unseren Erfahrungen uneingeschränkt zugänglich.

Eine Zusammenarbeit mit Unternehmen, deren soziale oder ethnische Verhaltensweise nicht mit der unseren vereinbar ist, schließen wir aus. Im Falle, dass wir Hinweise über ein kritisches Unternehmen erhalten beenden wir die Zusammenarbeit umgehend. Eine regelmäßige Evaluierung erfolgt jedoch nicht.

## D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

Wie in den oberen Punkten schon erwähnt, haben wir Kooperationen mit Unternehmen in der Vorstufe unserer Produkte. Das Auswahlverfahren dieser Unternehmen haben wir ausführlich in A1 beschrieben.

Unser Unternehmen ist Gründungsmitglied im sozialen Wirtschaftsverband OWUS, der nach dem Motto: „Aus wirtschaftlicher Vernunft und sozialer Verantwortung“ agiert und für einen wirklich fairen Wettbewerb um die besten Ideen und Produkte eintritt. Er steht für wirtschaftliche Lösungen, die nicht auf Kosten kommender Generationen, der Umwelt oder den schlechten Arbeitsbedingungen weit entfernt lebender Menschen beruhen. Über OWUS versuchen wir in Kammern und Parlamenten unsere Vorschläge für Gesetze und Regelungen für ein soziales Miteinander einzubringen.

Im sozialen Bereich können wir durch unseren kooperativen Führungsstil und die zum Teil flexiblen Arbeitszeiten herausstechen.

Wir erstellen Entwürfe und Vorlagen für die gesetzgebenen Gremien im Bereich der Kleinwindenergie mit dem Ziel, Interessenskonflikte zwischen Investoren/Interessenten und der Bevölkerung durch sinnvolle Kompromisse zu beseitigen bzw. nicht aufkommen zu lassen.

Durch unser Engagement im Bereich der Kleinwindenergieanlagen, versuchen wir, der Bevölkerung einen ökologischeren Lebensstil näher zu bringen und damit auch das Konsum- wie auch das Verbrauchsverhalten langfristig zu ändern. Wir stehen für eine dezentralisierte Energieerzeugung und vertreten die Auffassung, dass die sparsame und verantwortungsbewusste Nutzung von Rohstoffen und Energie eine wichtige Voraussetzung für den Erhalt der Natur darstellt. Dies unterstützen wir mit dem Verkauf von technisch ausgereiften Kleinwindenergieanlagen.

## E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

Als Unternehmen setzen wir uns aktiv mit unseren Produkten und Dienstleistungen auseinander und achten auf deren Umweltverträglichkeit. Deshalb sind wir vermehrt auf dem Gebiet der erneuerbaren Energien tätig.

Durch unsere Produktion von Betriebsmitteln ermöglichen wir unseren Kunden, ihrer Tätigkeit effizienter nachzukommen, was gesamtgesellschaftlich zu einer Ressourceneinsparung führt. Durch unsere Produkte werden Arbeitsprozesse sicherer, die Arbeitssicherheit verbessert sowie Materiallien und Ressourcen eingespart. Mit unseren Produkten für wassergefährdende Stoffe tragen wir zudem zum Schutz der Umwelt bei.

Die Kleinwindlagen sowie in Erweiterung die Energiespeichersysteme als dezentralisierende Komponente werden langfristig ein fester Bestandteil der Energieversorgung sein. Wir tragen unseren Beitrag dazu bei, diese Technologie zu verbreiten.

Wir schätzen uns als ein sehr mitarbeiterfreundliches Unternehmen ein, was wir auch daran ablesen können, dass uns seit Gründung des Unternehmens noch kein Mitarbeiter aus Unzufriedenheit verlassen hat.

## E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Wir engagieren uns mit rund 1% des Umsatzes an gemeinnützigen Initiativen. Mit der Förderung des Country Club unterstützen wir gleichzeitig leukämie- und krebskranke Kinder. Darüber hinaus beteiligen wir einen Kindersportverein (Name vergessen!). Dies sind lokal verankerte Projekte, weshalb wir über den Marketingnutzen hinaus uns an diesen Projekten beteiligen.

Diese Unterstützung bieten wir seit 13 Jahren an und hoffen, dass es einen langfristig positiven Effekt hat. (hier müsste vlt noch was ergänzt werden)

Das Unternehmen gibt seit Jahren 5-10% des Marketing Budgets für ethische Projekte aus, zum Beispiel als Sponsor für gemeinnützige Vereine. Wir fördern unter andern den Verein zur Unterstützung von leukämie- und krebskranken Kindern. [woanders hin setzen nach E](#)

## E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Die absoluten Außenwirkungen haben wir für diesen Gemeinwohlbericht nicht erstellt, was in Zukunft aber angedacht ist.

Durch unser Portfolio, was bewusst ökologische Bestandteile hat, die wir ausbauen wollen, sind wir klar über den Branchendurchschnitt. Unseren Mitbewerber, die sich auch auf Betriebsmittel spezialisiert haben, fehlt im Gegensatz zu unserem Unternehmen der ökologische Aspekt. Bei der Art zu produzieren und beim der Materialbezug sind die Unterschiede minimal. Eine Ausnahme besteht darin, das wir heute schon Strom aus einer dem Geschäftsführen gehörenden Kleinwindanlage beziehen können und dies weiter ausgebaut werden soll.

## E4 MINIMIERUNG DER GEWINNAUSSCHÜTTUNG AN EXTERNE

In unserem Unternehmen gibt es keine nichtmitarbeitenden Eigentümer, weshalb wir keine Ausschüttung vornehmen können.

## E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

Wir haben versucht alle Aspekte sowie eine detaillierte Beschreibung aller Indikatoren im diesem Bericht zu berücksichtigen. Bisher haben wir den Bericht und die Erarbeitung nur intern kommuniziert. Extern haben wir noch keine Meinungen zu unserem Unternehmen angefordert, die ist aber das Ziel für den nächsten Gemeinwohlbericht.

## NEGATIVKRITERIEN

Die Negativkriterien können so nicht bestätigt werden und führen demzufolge nicht zu einem Punktabzug.

## AUSBLICK

### KURZFRISTIGE ZIELE

Das wichtigste kurzfristige Ziel ist die Standortstabilisierung. Als kleines Unternehmen sind wir bestrebt, noch mehr Kooperationen regional einzugehen.

Unsere Mitarbeiter sollen noch intensiver an den Innovationsprozess herangeführt werden und an diesem finanziell partizipieren.

### LANGFRISTIGE ZIELE

Langfristig streben wir einen Standortwechsel an, um für unsere Mitarbeitern bessere Arbeitsbedingungen zu schaffen und unsere Auftragsabwicklung langfristig abzusichern. Dies könnte optimal mit dem Ausbau der Kleinwindenergieanlagen einhergehen. Es wäre für uns wünschenswert, vermehrt mit Unternehmen zu kooperieren und gemeinsam zu agieren, welche sich für soziale und ökologische Belange einsetzen und nach diesem Prinzipien handeln.

Im Bereich der Kleinwindenergieanlagen ist es unser Ziel, unter den Top 10 der innovativsten und fortschrittlichsten Unternehmen Deutschlands zu bleiben und den gesellschaftlichen Prozess der dezentralen Energiegewinnung voranzutreiben.

## BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht von Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert?

Name + Position/ Verbindung zum Unternehmen

Über welchen Zeitraum wurde beides erstellt? 14 Tage

Wieviele Frau/Mann-Arbeitsstunden wurden dafür verwendet?

Joachim Sroka 16 Std

Rico Philipp / BWL Student 18 Std

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert? Als Literatur zum lesen

