

Gemeinwohlbericht 2020/2021

CON +
PLUS
ULTRA

+ TECHNIK
RECHT

+ WIRTSCHAFT
INNOVATION

+ ENERGIE
UMWELT

Inhaltsverzeichnis

Inhalt

Inhaltsverzeichnis	2
Aufbau Gemeinwohlbericht	5
Was bedeutet Gemeinwohl-Ökonomie?	6
Allgemeine Informationen zum Unternehmen	7
Kurzpräsentation des Unternehmens	7
Produkte / Dienstleistungen	10
Das Unternehmen und Gemeinwohl	11
Testat.....	11
A Lieferant:innen.....	13
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	13
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette	13
A1.2 Negativ-Aspekt Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	18
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	19
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant:innen	19
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette.....	20
Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant:innen.....	22
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	22
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	22
Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	26
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	27
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant:innen	27
A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette.....	28
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	31
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung	31
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung	32
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner:innen	33
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	35
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung.....	35
Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel	36
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	37
B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen	37

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung	38
Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen.....	39
B4 Eigentum und Mitentscheidung.....	40
B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur	40
Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme	41
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	42
C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur	42
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz.....	44
C1.3 Diversität und Chancengleichheit.....	46
Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen.....	48
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	50
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes.....	50
C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit.....	51
C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance	52
Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	53
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	56
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit	56
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz	57
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung.....	58
Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens	59
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	60
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz.....	60
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte.....	61
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden	62
Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates	63
D1 Ethische Kund:innen beziehungen	65
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund:innen	65
D1.2 Barrierefreiheit	67
Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen.....	68
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	69
D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen	69
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen.....	71
Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen.....	72
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	74

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)	74
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)	75
Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen.....	76
D4 Kund:innen -Mitwirkung und Produkttransparenz	77
D4.1 Kund:innen -Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung	77
D4.2 Produkttransparenz.....	78
Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen	79
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	80
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben	80
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	83
Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	84
E2 Beitrag zum Gemeinwesen.....	85
E2.1 Steuern und Sozialabgaben	85
E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens	87
Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung	89
Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention.....	90
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	92
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie.....	92
E3.2 Relative Auswirkungen.....	94
Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen.....	95
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	96
E4.1 Transparenz.....	96
Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung.....	97
Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation	98
Ausblick	100
Kurzfristige Ziele.....	100
Langfristige Ziele	101
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207)	101
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz.....	102

Aufbau Gemeinwohlbericht

Durch die Erstellung eines Gemeinwohl-Berichts erhält ein Unternehmen einen Werte-Gesundheitscheck. Eine Organisation kann sehen, wo sie auf ihrem Weg zu einem gemeinwohl-orientierten Unternehmen steht. Die Erstellung der Bilanz ist der Beginn eines kontinuierlichen, werteorientierten Entwicklungsprozesses.


Eine Vollbilanz M 5.0 unterteilt sämtliche Themen in mehrere Aspekte und ist verpflichtend für mittlere und größere Unternehmen ab der zweiten Bilanz. Die Auditor:innen sichern den Qualitätsstandard und die Vergleichbarkeit.

Für einen auditierbaren Bericht sind *die Berichtsfragen (in weiterer Folge kursiv)* zu beantworten sowie die verpflichtenden Indikatoren laut Arbeitsbuch (https://web.ecogood.org/media/filer_public/73/da/73dab961-6125-4f69-bf7a-3c8613a90739/gwoe_arbeitsbuch_5_0_vollbilanz.pdf) berichten.

Der Berichtszeitraum umfasst zwei Jahre. Unternehmen können selbst bestimmen, ob anhand des Kalenderjahres oder davon abweichend anhand des Geschäftsjahres berichtet wird.

Abbildung 1: Betrachtete Aspekte einer Gemeinwohlabilanz

GEMEINWOHL-MATRIX 5.0					GEMEINWOHL OKONOMIE <small>Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft</small>
WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG	
BERÜHRUNGSGRUPPE					
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung	
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	

Gemeinwohl-Ökonomie: www.ecogood.org/austria Kontakt: austria@ecogood.org 

Was bedeutet Gemeinwohl-Ökonomie?

Die Gemeinwohl-Ökonomie ist ein Wirtschaftsmodell, dessen Ziel ein gutes Leben für alle auf einem gesunden Planeten ist.

Im Mittelpunkt steht der Gedanke, dass wertorientierte Unternehmen auf das Gemeinwohl achten und sich aktiv dafür einsetzen:

- Menschenwürde
- Solidarität und soziale Gerechtigkeit
- Ökologische Nachhaltigkeit
- Transparenz und Mitbestimmung

Gemeinwohlorientierte Unternehmen sollen in einer ethisch orientierten Wirtschaftswelt bessere Rahmenbedingungen erhalten.

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: ConPlusUltra GmbH

Rechtsform: GmbH

Eigentums- und Rechtsform: Privat-Unternehmen in Form einer GmbH

Website: www.conplusultra.com

Branche: Unternehmensberatung und Technisches Ingenieurbüro

Firmensitz: Linzer Straße 55, 3100 St. Pölten;

Filiale: Leebgasse 5/2, 1100 Wien

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 24 (2020); 27 (2021)

Vollzeitäquivalente: 22(2020); 25 (2021)

Saison- oder Zeitarbeitende: -

Umsatz: 2,22 Mio € (2020); 2,88 Mio € (2021)

Jahresüberschuss: 150 T€ (2020); 230 T€ (2021)

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: keine Tochtergesellschaften oder verbundenen Unternehmen

Berichtszeitraum: 2020 - 2021

Kurzpräsentation des Unternehmens

Unsere Handlungsgrundsätze

WER SIND WIR – WIE VERSTEHEN WIR UNS – WAS TREIBT UNS AN

ConPlusUltra ist ein europäisches Beratungsunternehmen mit Standort in Ostösterreich.

Als mittelständisches Unternehmen verstehen wir uns als ein Team kompetenter, unabhängiger und erfahrener Fach- und Prozessberater:innen, die gemeinsam mit unseren Beratungskunden maßgeschneiderte und innovative Lösungen für eine nachhaltige Entwicklung in drei Schwerpunktbereichen erarbeiten:

+ Technik+Recht



+ Energie+Umwelt



+ Wirtschaft+Innovation



In unserer Beratungstätigkeit verbinden wir die Herausforderungen und Entwicklungsziele von Industrie- und Gewerbeunternehmen mit den Anforderungen der öffentlichen Institutionen und unterstützen zudem die Weiterentwicklung der wirtschafts- und umweltpolitischen Rahmenbedingungen.

Wir legen stets großen Wert darauf, dass unsere Beratungsergebnisse praktisch anwendbar und umsetzbar sind.

Als Berater:innen und aus persönlicher Überzeugung sehen wir uns den Nachhaltigen Entwicklungszielen der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, SDGs) verpflichtet:

- Mit unseren Beratungsleistungen im Bereich der Rechtskonformität und Energieeffizienz in Produktions- und Dienstleistungsunternehmen bzw. bei der Unterstützung von Innovationsvorhaben und Mitwirkung an der Schaffung von Rahmenbedingungen und Infrastrukturen für ein auf Nachhaltigkeit ausgerichtetes Wirtschaftswachstum tragen wir insbesondere zu **SDG 8 (Menschenwürdige Arbeit & Wirtschaftswachstum)**, **SDG 9 (Industrie, Innovation, Infrastruktur)** und **SDG 12 (Nachhaltige/r Konsum & Produktion)** bei.
- Unsere Beratungstätigkeit zur Umsetzung von Energieeffizienz-Maßnahmen und Nutzung von erneuerbaren Energieträgern in Gewerbe und Industrie sowie zur Entwicklung und Unterstützung nachhaltiger Energiestrategien und entsprechender Programme auf verschiedenen Ebenen der öffentlichen Institutionen ist zur Gänze auf die Nachhaltigen Entwicklungsziele **SDG 7 (Bezahlbare und saubere Energie)** und **SDG 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz)** ausgerichtet.
- Auf der Grundlage unserer Expertisefelder beteiligen wir uns an Projekten zum Kapazitätsaufbau in öffentlichen Organisationen in Österreich wie auch im Rahmen europäischer Kooperationsprojekte und erfüllen Aufträge internationaler Organisationen zum Wissenstransfer in deren Zielländern. Unsere ExpertInnen führen darüber hinaus regelmäßig Weiterbildungsmaßnahmen zum Wissensaufbau in Unternehmen durch. Die Verbreitung guter Praxis im Bereich der nachhaltigen Entwicklung betrachten wir als Querschnittsaufgabe über alle Unternehmensbereiche hinweg. So unterstützen wir durch die Gesamtheit unserer Aktivitäten **SDG 4 (Hochwertige Bildung)** und **SDG 11 (Nachhaltige Städte und Gemeinden)**.

Im Sinn der von unserem Unternehmen adressierten Nachhaltigen Entwicklungsziele stellen wir als ConPlusUltra an uns selbst den Anspruch, eine rechtskonforme, ressourceneffiziente und innovative Herangehensweise bei allen Aufgabenstellungen und auf allen Ebenen der Kunden und Netzwerkpartnern zu verwirklichen. Wir sind auf ein umfassendes Sustainability Verständnis im Sinne wirtschaftlicher, umweltbezogener und sozialer Nachhaltigkeit ausgerichtet und arbeiten daran, uns auf diesem Weg laufend zu verbessern.



UNSERE ANSPRUCHSGRUPPEN – WEM NUTZEN WIR – WIE KOOPERIEREN WIR

In unserer Beratungstätigkeit arbeiten wir mit privatwirtschaftlichen Kunden und öffentlichen Auftraggebern zusammen und konzentrieren uns dabei auf die folgenden Marktsegmente:

Industrie und Gewerbe	Unternehmen in ganz Österreich und in der DACH-Region sowie deren internationale Standorte
Öffentliche Auftraggeber und Konsortialpartner in EU-Projekten	Zentral- und Osteuropa, EU Erweiterungsländer sowie assoziierte Staaten
Internationale Organisationen und Finanzierungsinstitutionen	Weltweit, fokussiert auf die Zielländer der jeweiligen Organisation

Der Nutzen der ConPlusUltra Beratung für unsere Beratungskunden beruht auf unserer fachlichen Expertise, gepaart mit dem Praxisbezug unserer Berater:innen, sowie auf unserer Erfahrung in der Gestaltung von wirkungsvollen Beratungsprozessen entsprechend den Anforderungen unserer Kunden. Unser Verständnis für die Rahmenbedingungen der privatwirtschaftlichen oder öffentlichen Beratungskunden in ihrem jeweiligen Umfeld sowie die Einbeziehung übergeordneter politischer Strategien ermöglicht es uns, gemeinsam mit unseren Kunden Lösungen zu erarbeiten, die innerhalb des Handlungsspielraums der Kundenorganisationen zur Umsetzung gebracht werden können.

Allen Personen, die mit ConPlusUltra in Verbindung stehen - Kunden und Netzwerkpartnern, Mitarbeiter:innen und Kolleg:innen - begegnen wir in gleicher Weise wertschätzend und auf Augenhöhe, mit Bereitschaft zum offenen Dialog und zur partnerschaftlichen Zusammenarbeit, mit dem Ziel, vertrauensvolle professionelle Beziehungen und Kooperationen aufzubauen.

Unsere Mitarbeiter:innen und Kolleg:innen sehen wir als den Kern unseres Unternehmens und als Mitgestalter:innen der Zukunft von ConPlusUltra. Jede/n unserer Mitarbeiter:innen und Kolleg:innen betrachten wir als Repräsentant:innen der Werte unseres Unternehmens nach innen wie nach außen.

Die Unternehmensleitung von ConPlusUltra wie auch alle Mitarbeiter:innen sind sich der hohen Herausforderungen eines von Projektabläufen dominierten Arbeitsumfelds an jede/n Einzelnen bewusst. Deshalb sind wir gemeinsam bestrebt, durch eine offene Gesprächskultur und flache Hierarchien im Unternehmen ein Klima der kollegialen Zusammenarbeit zu schaffen und jedem/jeder Mitarbeiter*in einen Ausgleich zwischen professionellen Leistungsanforderungen und beruflichen wie auch persönlichen Entfaltungsspielräumen zu ermöglichen.

Aufbauend auf diesen Grundsätzen ist es unser Ziel,

ConPlusUltra zum Inbegriff von Innovation – Nachhaltigkeit - Effektivität

zu machen und die Weiterentwicklung von ConPlusUltra und ein organisches Wachstum des Unternehmens sicherzustellen.

Produkte / Dienstleistungen

Die **ConPlusUltra GmbH** (bis 2011 KWI Consultants GmbH) wurde im Jahr 2001 in St. Pölten gegründet. Beratungsschwerpunkte sind Compliance Management Beratung, Innovations- und Technologieentwicklung sowie Energieeffizienz und Nachhaltigkeit, zusammengefasst in 3 Dienstleistungsbereichen:

Im Bereich **Technik + Recht (58% am Umsatz)** liegt der Schwerpunkt auf Legal Compliance Beratung für privatwirtschaftliche Auftraggeber:

- **Compliance Management System:** Aufbau und Betrieb des Rechts-Managements
- **Compliance Management Software:** Verwaltung und Organisation von Pflichten
- **Rechtskurier für Rechtsinformation:** laufende Information zu Rechtsänderungen
- **Betriebsanlagen-Genehmigungsverfahren:** Unterstützung bei der Verfahrens-Abwicklung
- **Prüfungen + Due Diligence:** Prüfung der Bescheidaufgaben und gesetzlichen Vorschriften
- **Gutachten, Expertisen & Bewertungen** im Bereich Lärm, Luft, Arbeitnehmerschutz

Im Bereich **Energie + Umwelt (30% am Umsatz)** liegt der Schwerpunkt auf den Themen die Energieeffizienz zu erhöhen, Emissionen zu reduzieren und den Einsatz innovativer Energietechnologien zu begleiten:

- **Energiedienstleistungen für Unternehmen:** Energieaudit, Energiemanagementsystem, Energieberatung, Bewertung von Energieeffizienzmaßnahmen, Energiemonitoring
- **Energiedienstleistungen für öffentliche Institutionen:** Energiekonzepte für Gemeinden, Städte und Regionen, Smart Cities, Klima- und Energiemodellregionen, Programm- und Prozessbegleitung
- **Klimaneutralität:** Carbon Footprint für Unternehmen und Produkte, Strategien zur Klimaneutralität
- **Innovative Energietechnologien und Forschungsprojekte**
- **Internationales Consulting:** im Energiebereich und dem Klimaschutz, im Rahmen der österreichischen und internationalen Entwicklungszusammenarbeit
- **Projektconsulting Energie:** Machbarkeit von Energie-Projekten, für Investitionsentscheidungen, Fördermanagement, klimaaktiv Gebäudezertifizierung, Energieausweis
- **Mobilität:** Energieaudits für Transport, Fuhrparkanalyse E-Mobility, Ladeinfrastruktur für Elektromobilität
- **Tools und Messgeräte:** Energie-Messeinrichtungen und Monitoringsysteme

Im Bereich **Wirtschaft + Innovation (12% am Umsatz)** besteht eine Spezialisierung auf Prozessberatung und Projektentwicklung für Unternehmen und öffentliche Einrichtungen mit Fokus auf Nachhaltigkeit und Innovation:

- **Programmmanagement:** Programmentwicklung, operatives und administratives Programmmanagement, Programm-Evaluierungen
- **EU-Projekte / Nationale Projekte:** Projektentwicklung, Begleitung von Fördereinreichungen, operatives und administratives Projektmanagement
- **Förderberatung Innovation:** Entwicklung von Innovationsprojekten, Business Pläne und Geschäftskonzepte, Fördereinreichungen in nationalen / EU-Innovationsprogrammen

- **Regional- und Standortentwicklung:** Vorbereitung, Planung und Abwicklung von Projekten und Kooperationsprozessen
- **Managementsystem Beratung:** Aufbau von Managementsystemen unterschiedlicher Perspektiven (Qualität, Umwelt, Sicherheit, Risikomanagement), Schulungen, Coaching
- **Organisations- und Innovationsberatung:** kontinuierliche Verbesserungsprozesse, Projektmanagement und Evaluierung von Innovationsvorhaben, Kreativitätsmethoden und Workshop-Moderation, Coaching

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat das Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie? Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz? Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

ConPlusUltra hat gemeinsam mit anderen Mitgliedsunternehmen des Bau.Energie.Umwelt Cluster Niederösterreich auf dessen Initiative im Rahmen des Kooperationsprojektes „Gemeinsam zur Gemeinwohl-Bilanz“ diese Bilanz erstellt.

Davor gab es keine Aktivitäten im Rahmen der GWÖ-Initiative, wiewohl Teile der GWÖ-Grundsätze auch schon bisher unabhängig davon verfolgt wurden. Die thematischen Aktivitäten (Erstellung Handlungsgrundsätze, SDG-Orientierung, Mitarbeiter:innen -Einbeziehung, CO2-Bilanzierung, Klimaneutralität als Zielsetzung, etc.) der letzten Jahre sind bei den entsprechenden Berichtskapiteln dargestellt.

Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ ist DI Josef Wolfbeißer (josef.wolfbeisser@conplusultra.com bzw. 0676 352 33 43).

Testat



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Peerevaluationsprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:



Zertifikat: Peerevaluation **Gemeinwohl-Bilanz** **ConPlusUltra GmbH**
M5.0 Vollbilanz **2020 – 2021** **PG-NOe_ecoplus_2022**
zert. Begleiter*in **Sabine Lehner** **Beteiligte Peergruppen Firmen**
Renate Hagmann
 Kollar GmbH
 Schöberl & Pöll GmbH
 Alpenland Gemeinnützige Bau-, Wohn- und Siedlungsgenossenschaft reg.Gen.m.b.H.
 da-ka hausbetreuungs GmbH
 Lux Bau GmbH

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 30 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 30 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 50 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZPARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 100 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 60 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 60 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 60 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 50 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 40 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 40 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 80 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 40 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 70 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 60 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 60 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 40 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 80 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 30 %
			Zertifikat gültig bis 30.11.2024	BILANZSUMME: 487

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: 6fjcz
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 15.11.2022

Bridget Knapper and Manfred Jotter / Executive Directors
International Federation for the Economy for the Common Good e.V., VR 24207



A Lieferant:innen

Diese Berührungsgruppe umfasst sowohl direkt zuliefernde Unternehmen als auch deren LieferantInnen und damit grundsätzlich die gesamte Zulieferkette. Betrachtet werden alle Produkte und Dienstleistungen, die von anderen bezogen werden.

Jedes Unternehmen kann durch Auswahl bei der Kaufentscheidung, durch Gestaltung von Vertragsbedingungen und durch Einflussnahme Mitverantwortung für seine LieferantInnen übernehmen. Wie diese Mitverantwortung in der Praxis gelebt werden kann, hängt von realen Machtverhältnissen am Markt und der Entfernung in der Zulieferkette ab.

Wesentlich ist es, bei zugekauften Produkten und Dienstleistungen besonders kritisch auf die Vorgänge in der Zulieferkette zu achten, wenn die Lieferungen entweder hohe wirtschaftliche Bedeutung für das Unternehmen haben oder für die eigenen Produkte wichtige bzw. risikobehaftete Bestandteile sind. Als Orientierung kann eine Auflistung der wesentlichsten LieferantInnen des Unternehmens (bis zum Gesamtwert von ca. 80 % des Einkaufsvolumens) sowie der von diesen bezogenen Produkten und Dienstleistungen dienen. Besonders Produkte und Branchen mit sozialen oder ökologischen Risiken sind auch bei Kleinstmengen zu betrachten.

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant:innen ausgewählt?

Entsprechend unseren Handlungsgrundsätzen begegnen wir auch unseren Kooperations-Partner:innen und Lieferant:innen in gleicher Weise wertschätzend und auf Augenhöhe, mit Bereitschaft zum offenen Dialog und zur partnerschaftlichen Zusammenarbeit, mit dem Ziel, vertrauensvolle professionelle Beziehungen und Kooperationen aufzubauen.

Partner:innen und Lieferant:innen werden grundsätzlich nach anlassbezogen definierten Qualitäts-, Umwelt- und Sozialen Kriterien ausgewählt.

Details siehe in untenstehender Tabelle der zugekauften Produkte & Dienstleistungen, die der Größe nach geordnet über 80% unseres Einkaufsvolumens darstellen.

Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Bei den langjährigen Partner:innen mit einem über die Zeit aufgebauten entsprechenden Nahe- und Vertrauensverhältnis erfolgt die Beurteilung auf Basis des persönlichen Eindrucks. Bei Großunternehmen und neuen Partner:innen wird auf eine nachhaltige Unternehmensausrichtung Wert gelegt, festgestellt über allgemein verfügbare Informationen (Homepage, Unternehmensberichte) oder persönliches Gespräch.

Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant:innen vorliegen?

Bisher erfolgte keine derartige Prüfung der Lieferant:innen

Wie wird auf Lieferant:innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?

Bisher wurde diesbezüglich nicht auf Lieferant:innen eingewirkt.

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

In Abhängigkeit von jeweiliger Relevanz verfügen unsere Lieferant:innen über Qualitäts-, Umwelt- und Arbeitssicherheits-Zertifizierungen.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform

Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

zugekaufte Produkte & Dienstleistungen; Anteil (Jahr)	Erläuterungen	Herstellung unter fairen Arbeitsbed.
Fremdleistungen, Projektpartner:innen / Sublieferant:innen 2021: 29% 2020: 31%	<p>In Abhängigkeit vom Kundenbedarf kooperieren wir mit langjährigen Projektpartner:innen zur Erbringung der von uns nicht abgedeckten Dienstleistungsteile.</p> <p>Die Partner:innen teilen sich einerseits in IT-Dienstleister:innen, die Software bereitstellen und zugehörige Dienstleistungen im Rahmen der Projekte erbringen. Andererseits sind es inhaltliche Dienstleistungspartner:innen zur Ergänzung unserer Expertise.</p> <p>Es handelt sich hierbei um langjährige Projektpartner:innen (mehrheitlich über 10 Jahre) aus Österreich und den benachbarten Kunden-Ländern. Die Dienstleistungsanteile und Vergütung werden je Kundenanforderungen einvernehmlich vereinbart.</p>	<p>100%</p> <p>Projektpartner:innen sind ähnlich orientierte Unternehmen in Österreich bzw. Kunden-Ländern in CEE</p>
IT Hardware, Software 2021: 13% 2020: 7%	<p>Es handelt sich überwiegend um unsere persönlichen Arbeitsgeräte (Laptops, Bildschirme, Drucker, Peripherie-Geräte), zentrale Infrastruktur (Server – vor Ort und in der Cloud) und Software.</p>	<p>75%</p> <p>Lieferant:innen arbeiten unter fairen</p>

	<p>Die Hardware-Lieferant:innen und Cloud-Bereitsteller:innen kommen aus Österreich und verfügen über regionale Vertriebsstrukturen zu denen langjährige Lieferant:innen -Beziehungen bestehen. Geräte werden nach den Kriterien der Langlebigkeit, Energieeffizienz, Reparierfähigkeit und Preis ausgewählt. Infolge firmeninterner Erfahrungen hinsichtlich Langlebigkeit und Reparierbarkeit wird bei User-Geräten ausschließlich auf Lenovo-Geräte zurückgegriffen.</p> <p>Software wird von gängigen Anbietern mit Niederlassungen in der EU (Microsoft, 5point) bezogen.</p>	<p>Arbeitsbedingungen in Österreich / EU;</p> <p>Herstellung von Teilkomponenten der Hardware kann nicht beurteilt werden.</p>
<p>Mieten 2021: 11% 2020: 14%</p>	<p>Es handelt sich hierbei um langjährige Büro-Mieten in St. Pölten und Wien.</p> <p>In St. Pölten sind wir im Innowerk St. Pölten am ehemaligen Voith-Werksgelände eingemietet, einem Dienstleistungscampus von innovativen Dienstleistungsunternehmen, die teilweise auch unsere Projektpartner:innen / Lieferant:innen sind.</p> <p>In Wien ist es ein klassisches Büro in Nähe des Hauptbahnhofes mit guter Anbindung an die ÖV-Infrastruktur zur guten Erreichbarkeit für unsere Mitarbeiter:innen .</p>	<p>100%</p>
<p>Mobilität 2021: 6% 2020: 8%</p>	<p>Die zur Anreise zu den Kund:innen nötigen 6 KFZ sind in einem Pool organisiert bzw. persönlich zugeordnet. Lieferant:innen sind aus St. Pölten / Wien um kurze Wege für Reparaturen zu gewährleisten. Wir befinden uns in einer sukzessiven Umstellung von Verbrennungs- auf Elektro-Mobile. Dies erfolgt nach jeweiligem Auslaufen des Leasings der Verbrennungs-Fahrzeuge (2020: 3, 2021: 2). E-Mobile werden für den längeren Gebrauch überwiegend angekauft.</p> <p>Die Anreise zu gut angebunden Kund:innen erfolgt mit ÖV. Hierfür verfügen alle Mitarbeiter:innen über ÖBB-Businesscards, um diese Reisen nicht vorfinanzieren zu müssen. Weiters wird allen Mitarbeiter:innen zur Anreise mit ÖV ein Job-Ticket angeboten.</p>	<p>75%</p> <p>Lieferant:innen arbeiten unter fairen Arbeitsbedingungen in Österreich / EU;</p> <p>Herstellung von Teilkomponenten der KFZ kann nicht beurteilt werden.</p>

IT Dienstleistungen 2021: 6% 2020: 5%	Die IT-Administration ist an ein Partner- (ehemaliges Schwester-) Unternehmen ausgelagert. Die direkte Betreuung erfolgt seit über 20 Jahren durch die gleiche Person, die aus sozial sehr eng in Firmenaktivitäten eingebunden ist (Teilnahme an internen Firmen-Veranstaltungen, etc.).	100%
Steuerberatung / Buchhaltung 2021: 4% 2020: 5%	Die Steuerberatung / Buchhaltung erfolgt seit 2011 durch die gleiche Kanzlei, die auch die Personal-Verrechnung übernimmt. Es besteht ein sehr vertrauensvolles Arbeitsverhältnis.	100%
Personal-Dienstleistungen & Produkte 2021: 3% 2020: 1%	Seit 2021 nehmen wir zur Verbesserung unserer internen Personal-Beziehungen und Abläufe den Dienst einer lokal ansässigen Personalberaterin in Anspruch. Im Rahmen der begünstigten Weitergabemöglichkeiten an die Mitarbeiter:innen werden St. Pölten-/Sodexo-Gutscheine für lokale Anbieter erworben.	100%
Wirtschaftsprüfung 2021: 3% 2020: 0%	Im Rahmen von EU-Projekten erfolgt eine verpflichtende Kosten-Zertifizierung durch vom jeweiligen Programm vorgegebene Kanzleien (KPMG, Ernst & Young, Mazars). Die Dienstleistung wurde von der Programmleitung ausgeschrieben und fallen projektbedingt seit 2021 an.	100%
Versicherungen 2021: 2% 2020: 8%	Unsere Versicherungen werden seit mittlerweile über 20 Jahren vom gleichen, lokal ansässigen Partner vermittelt. Neben den üblichen Sachversicherungen besteht für alle Mitarbeiter:innen eine Reiseversicherung bzw. eine Firmen-Haftpflichtversicherung und eine Rechtsschutzversicherung für Verantwortungsträger:innen . Zur Sicherstellung der Leistungen erfolgte 2021 die Auslagerung der Abfertigungsansprüche (ALT) von langjährigen Mitarbeitern mit einer Abfertigungs-Auslagerungs-Versicherung.	100% Soweit für uns einsehbar, bzw. wo Einflussnahme möglich
Reinigung 2021: 2% 2020: 2%	Die Reinigung der Büros ist an beiden Standorten ausgelagert: In St. Pölten erfolgt sie durch das Unternehmen, das den gesamten Standort betreut, in Wien durch ein lokal in der Nähe ansässiges Unternehmen.	100%

	Beide Unternehmen verfügen über Qualitäts-, Umwelt- und Arbeitssicherheitszertifizierungen.	
Kommunikations-Aufwand 2021: 1% 2020: 1%	Unser langjähriger Kommunikations-Dienstleister ist die T-Mobile Austria GmbH, ein nachhaltig orientierter Anbieter (lt. CSR-Report: UMS-, EnMS-, ASch-Zertifizierungen, CO2-neutral; Umwelt-Vorreiterrolle im Kozern).	100%
Normen 2021: 0,3% 2020: 1%	Wir beziehen unsere Normen bedarfsabhängig von Austrian Standards zu der auch projektspezifisch ein sehr gutes partnerschaftliches Verhältnis besteht. 2020 erfolgte auch eine Mitarbeiter:innen Schulung seitens dieses Partners. Neben dem Normen-Bezug und Ausbildungsteilnahme sind wir auch ehrenamtlich in Normungsausschüssen (Compliance, Umweltmanagement) tätig.	100%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Beginn der Zusammenarbeit mit einer Personalberaterin zur weiteren Verbesserung der Mitarbeiter:innen bezogenen Firmenkultur.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Lieferant:innen fragebögen zur Erhebung der Herstellungs- / Arbeitsbedingungen

A1.2 Negativ-Aspekt Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Die Produktion vieler Güter des täglichen Gebrauchs ist mit großen sozialen Problemen verbunden. Angesichts globaler, komplexer Produktionsprozesse ist es für fast kein Unternehmen und keine Privatperson möglich, Verletzungen der Menschenwürde in der Zulieferkette auszuschließen.

Berichtsfragen

Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?

Die direkten Zuliefer:innen aus Österreich bzw. der EU weisen keine Gefährdung der Menschenwürde auf. Dies kann insbesondere durch den überwiegenden jahrelang bestehenden, engen Kontakt zu den Kooperationspartner:innen und Zuliefer:innen durch persönlichen Kontakt bestätigt werden.

Infolge des Ankaufes von qualitativ hochwertigen und langlebigen Produkten mit möglichst geringer Umweltauswirkung von dementsprechend agierenden und zertifizierten Unternehmen wird auch hier von keiner großen Gefährdung der Menschenwürde ausgegangen.

Fraglich bleibt der Abbau und die Herstellung von in den Geräten verarbeiteten Grundwerkstoffen, die nicht beurteilt werden kann.

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

Wie bereits oben erwähnt wird versucht, durch den Ankauf von qualitativ hochwertigen und langlebigen Produkten mit möglichst geringer Umweltauswirkung von dementsprechend agierenden und zertifizierten Unternehmen die Gefährdung der Menschenwürde entlang der Wertschöpfungskette der eingesetzten Produkte möglichst zu vermeiden.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant bzw. ethisch unbedenklich sind

Es werden wissentlich keine ethisch riskanten Produkte eingekauft.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale:

Lieferantenfragebögen zur Erhebung der Herstellungs- / Arbeitsbedingungen

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant:innen

Solidarität und Gerechtigkeit im Umgang mit direkten LieferantInnen drücken sich vor allem im Rahmen der Ausgestaltung der Geschäftsbeziehungen in Form von fairen Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen aus. Darüber hinaus ist aber auch das Zugeständnis eines gerechten Anteils an der Wertschöpfung wichtig, um eine wirtschaftliche Existenz aller Beteiligten nebeneinander zu ermöglichen.

Berichtsfragen

Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant:innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?

Im Sinne unserer Handlungsgrundsätze streben wir auf gegenseitiger Wertschätzung beruhende, langjährige Geschäftsbeziehungen zu allseits fairen Bedingungen an. Dies führte dazu, dass wir zu über zwei Drittel unserer Geschäftspartner eine über 5 Jahre hinausgehende Geschäftsbeziehung haben (s.u.).

Die Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen erfolgt im gegenseitigen Einvernehmen basierend auf den mit unseren Kund:innen akzeptierten Zahlungs- und Lieferbedingungen, im Verhältnis der jeweiligen Dienstleistungsanteile, was die Preisbedingungen betrifft.

Wie zufrieden sind die Lieferant:innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?

Die langjährigen Geschäftsbeziehungen bezeugen die Zufriedenheit der Lieferant:innen mit diesen Bedingungen, wobei wir mit unseren Hauptlieferant:innen und Kooperationspartner:innen auch unabhängig von Kundenprojekten in regelmäßiger (min. einmal jährlicher) Abstimmung zur Evaluierung und Identifikation von Verbesserungs- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten stehen.

Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant:innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Der Anteil der Lieferant:innen und Partner:innen an der Wertschöpfung orientiert sich der Natur von Beratungsdienstleistungen entsprechend am Anteil an der Dienstleistungserbringung bei den Kund:innen .

In der Regel wird dieser Anteil vor Angebotslegung an die Kund:innen im Einvernehmen abgestimmt bzw. beruht er auf langjährig im Einvernehmen vereinbarten Bedingungen.

Bei Lieferant:innen , zu denen keine intensiven persönlichen Beziehungen bestehen, wie etwa bei Leistungen und Produkten von Großunternehmen, können wir deren Preisgestaltung in der Regel nicht beeinflussen, sodass von einer im Sinne des Lieferanten fairen Vergütung ausgegangen werden kann.

Verpflichtende Indikatoren

Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant:innen

Zu den Lieferant:innen und Partner:innen von 80% der zugekauften Produkte und Dienstleistungen (geordnet nach absteigendem Einkaufsvolumen) besteht im Mittelwert eine über 10-jährige Geschäftsbeziehung.

Dauer der Geschäftsbeziehung	Anteil Lieferanten	Anteil Einkaufsvolumen
21 Jahre (seit Gründung)	26 %	18 %
10 – 20 Jahre	21 %	27 %
5 – 9 Jahre	21 %	33 %
1-4 Jahre	32 %	22 %

Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant:innen

Der Fremdleistungs-Anteil von Projektpartner:innen an der Wertschöpfung beträgt 2020-21 im Durchschnitt 10 %.

Der jeweilige explizite Anteil hängt vom jeweiligen Anteil an der Dienstleistungserbringung ab und kann dementsprechend sehr stark von diesem Durchschnitt abweichen, zumal drei Viertel aller Projekte ohne Partner-Beteiligung stattfinden.

Der Anteil aller Lieferant:innen und Kooperationspartner:innen beträgt 2020-21 im Durchschnitt 28 %.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Siehe oben – Beschreibung bei den jeweiligen Punkten

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine Veränderungen nötig

A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette

Unternehmen tragen die Verantwortung, entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten untereinander einzufordern sowie aktiv zu unterstützen und zu fördern.

Berichtsfragen

Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

Mit unseren Projekt-Kooperationspartner:innen sind wir in der Regel im Rahmen der laufenden Projektabwicklung regelmäßig im Kontakt, bei dem auch derartige Themen angesprochen werden

können, bzw. indirekt mit der Erörterung der jeweiligen Zufriedenheit mit dem Projekt bewertet werden.

Mit Dienstleister:innen deren Mitarbeiter:innen direkt bei uns arbeiten (IT-Dienstleister, Reinigung) wird direkt mit den bei uns tätigen Personen hinsichtlich Ihrer Zufriedenheit mit der Arbeit gesprochen, wobei teilweise in Folge der langjährigen Tätigkeit für uns mittlerweile eine sehr persönliche Beziehung besteht.

Bei Lieferant:innen von Großunternehmen haben wir nur direkten Zugang zum Vertriebsmitarbeiter:innen, mit denen dieses Thema bisher nicht angesprochen wurde.

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Bei Kenntnis von unsolidarischem Umgang wird das jeweilige Partnerunternehmen direkt diesbezüglich kontaktiert, mit der Bitte diesem Umstand zu ändern. Geschieht dies nicht, wird von weiterer Geschäftsbeziehung Abstand genommen.

Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Eine über das oben Beschriebene hinausgehende Überprüfung findet nicht statt.

Bei Kenntnis von Missständen wird von einer weiteren Geschäftsbeziehung Abstand genommen.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt

Derzeit wird eine derartige Labelung nicht systematisch erhoben. Es werden keine Rohwaren erworben.

Sehr wohl wird auf Umwelt-, Qualitäts- und Arbeitssicherheits-Label geachtet, die in der Regel auch auf solidarische und gerechte Bedingungen hindeuten.

Anteil der Lieferant:innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

Eine über das oben Beschriebene hinausgehende Thematisierung fand bisher nicht statt.

In der Regel zeigt sich bei potenziellen Projektpartner:innen im Zuge der gemeinsamen Projekt-Akquise, ob hier ein gemeinsames Verständnis über faire Bedingungen im Projekt, untereinander und auch bei den Partner:innen intern besteht. Sollte dies nicht der Falls sein, wird keine gemeinsame Projektaktivität angestrebt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

S.o., laufende Gespräche zu direkten Projektpartner:innen

Verbesserungspotenziale/Ziele: Identifikation von Produkten, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt

Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant:innen

Ein Machtgefälle in den Geschäftsbeziehungen zwischen einem Unternehmen und den LieferantInnen kann zu Übervorteilung und Abhängigkeiten führen. Konkret kann sich dies z.B. in Form von Preisdumping und Knebelverträgen zeigen.

Berichtsfragen

Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant:innen und wie wird sie eingesetzt?

Wir verfügen über keine Marktmacht gegenüber Lieferant:innen .

Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant:innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?

Nein.

Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

Es gab diesbezüglich keine Beschwerden oder negative Berichterstattung

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Der Einkauf von Rohwaren, Produkten und Dienstleistungen ist mit ökologischen Risiken und Auswirkungen verbunden.

Berichtsfragen

Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?

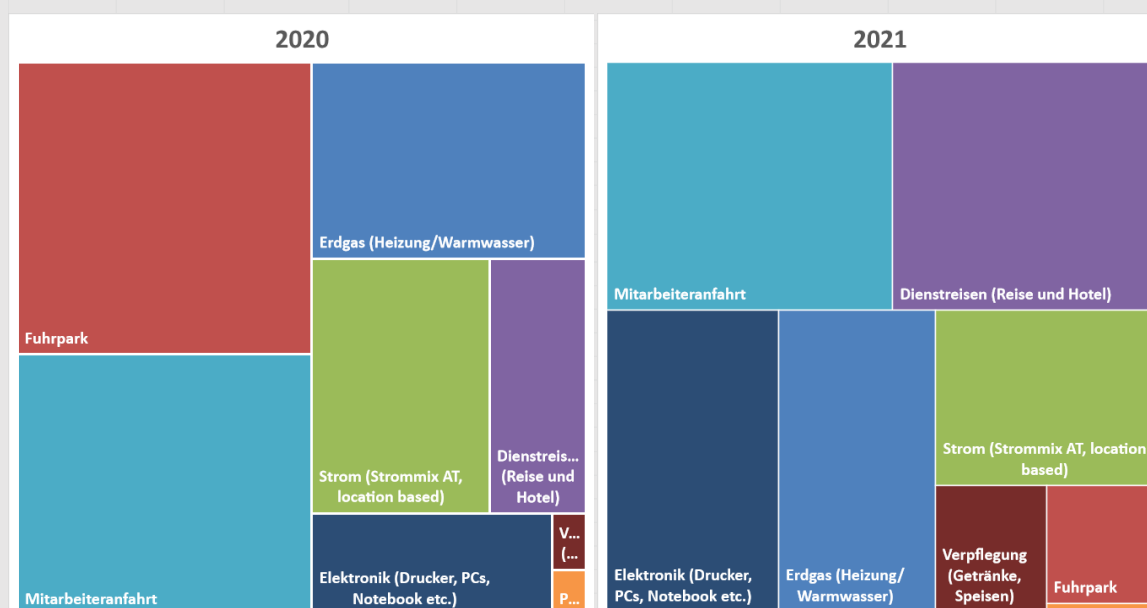
Als Beratungsunternehmen werden von uns zur Erbringung unserer Dienstleistungen nur geringe Mengen an Rohstoffen und Materialien aufgewendet.

Seit dem Jahr 2019 erheben wir unsere ökologischen Auswirkungen in Form eines Corporate Carbon Footprints (CCF) entsprechend den Scopes 1 – direkte Emissionen, Scope 2 – indirekte Emissionen des Unternehmens und Scope 3 – indirekte Emissionen aus dem Unternehmensprozess (darin finden auch alle relevanten Verbrauchsmengen aus der Zulieferkette Eingang).

Als Hauptkategorien ergeben sich hier die Folgenden:

- Emissionen aus den 2 Bürostandorten (Strom und Erdgas), da es sich hierbei um Mieten handelt ist die Einflussnahme sehr begrenzt; in St. Pölten erfolgt die Versorgung aus rein erneuerbarem Strom.
- Emissionen infolge unseres Mobilitätsverhaltens:
 - Die Umstellung des Fuhrparks mit Ersatz der Verbrennungs-KFZ durch e-Mobile zeigt ihre Wirkung im Scope 1
 - Bei Mitarbeiteranfahrten wird die Förderung der öffentlichen Anreise zum Arbeitsplatz ab 2021 durch den wesentlich geringeren Umfang der Anreise zum Arbeitsplatz während der Pandemie 2020 beinahe ausgeglichen
 - 2021 sind infolge der Wiederaufnahme der Dienstreisen im Rahmen unserer Projekte die Emissionen daraus wieder erheblich gestiegen, wobei das Niveau von 2019 bei Weitem unterschritten wurde (2021 entspricht ca. 25 % von 2019)
- Emissionen aus Elektronik sind 2021 stark gestiegen; dies einerseits infolge des erhöhten Geräte-Ankaufs durch die Steigerung der Mitarbeiter:innen -Anzahl um rund 1/4 und dem üblichen Geräteersatz, der 2020 infolge der Pandemie unterdurchschnittlich erfolgte.
- Die Auswirkungen aus der Verpflegung sind ebenfalls auf die Wiederaufnahme eines fast normalen Betriebes mit Büroanwesenheit 2021 im Verhältnis zu 2020 dementsprechend angestiegen.

Grafiken: Wesentliche Emissionskategorien (location based)



Corporate Carbon Footprint		
ConPlusUltra		
	2021	2020
	t CO ₂ e	t CO ₂ e
Scope 1 (direkte Emissionen)		
Erdgas (Heizung/Warmwasser)	18,9	8,60
Fuhrpark	2,1	13,70
Summe Scope 1	21,02	22,30
Scope 2 (indirekte Emissionen)		
Strom (Strommix AT, location based)	5,90	6,67
Strom (Ökostrom, market based)	0,38	0,43
Summe Scope 2 (location based)	5,90	6,67
Summe Scope 2 (market based)	0,38	0,43
Scope 3 (indirekte Emissionen)		
Dienstreisen	10,9	3,90
Mitarbeiteranfahrt	12,0	12,24
Papier und Drucksachen	0,16	0,24
Elektronik (Drucker, PCs, Notebook etc.)	8,8	3,90
Verpflegung (Getränke, Speisen)	2,4	0,30
Summe Scope 3	34,30	20,58
Summe Scope 1-3 (location based)	61,22	49,55
Summe Scope 1-3 (market based)	55,70	43,31

Welche Art von Energie, Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?

S. oben CCF.

Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

Partner:innen und Lieferant:innen werden grundsätzlich nach anlassbezogen definierten Qualitäts-, Umwelt- und Sozialen Kriterien ausgewählt.

Bei Lebensmitteln wir großer Wert auf Regionalität und wo mögliche Bio-Qualität gelegt.

Geräte werden nach den Kriterien der Langlebigkeit, Energieeffizienz, Reparierfähigkeit und Preis ausgewählt.

Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Die ökologischen Risiken in der Zulieferkette halten sich infolge des überwiegenden Dienstleistungsanteiles sehr in Grenzen.

Auch bei den Dienstleistungspartnern stellt eine überwiegende Auswirkung das Mobilitätsverhalten dar, das wir durch den stark vermehrten Einsatz von Online-Meetings entsprechend positiv zu beeinflussen versuchen.

Unsere Reinigungsfirmen an den 2 Standorten verfügen als ökologische relevante Lieferanten jeweils über Umweltmanagement-Zertifizierungen.

Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?

Als überwiegende schädliche Umweltauswirkung erachten wir unsere CO₂-Emissionen, die wir durch Erstellung einer CO₂-Bilanz erheben, langfristig verringern, und wo das nicht möglich ist durch ökologisch-soziale Projekt-Finanzierung kompensieren.

Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant:innen berücksichtigt?

Bei Lebensmitteln wir großer Wert auf Regionalität und wo mögliche Bio-Qualität gelegt.

Geräte werden nach den Kriterien der Langlebigkeit, Energieeffizienz, Reparierfähigkeit und Preis ausgewählt.

Relevante Lieferanten (z.B. Reinigungsfirmen) verfügen über ein Umweltmanagementsystem.

Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant:innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?

Siehe die oben bei Emissionskategorien beschriebenen Maßnahmen.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind

Strom:	80 % (Strom aus Erneuerbaren in St. Pölten)
Fuhrpark:	75 % (e-Mobile statt Verbrennungs KFZ)
Reinigung:	100 % (Umweltmanagementsystem-Betriebe)
Verpflegung:	80 % (Bio bzw. Regional)

Anteil der Lieferant:innen , die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen

10 % der Lieferanten verfügen über eine umweltrelevante Zertifizierung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

CO₂-Bilanz und sukzessive Umstellung der Mobilität auf e-Mobilität

Jobticket für den Arbeitsweg der Mitarbeiter:innen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Möglichst klimaneutraler Einkauf

Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Einige Branchen/Produkte/Dienstleistungen stehen in sehr engem Zusammenhang mit unverhältnismäßig schädlichen Umweltauswirkungen.

Berichtsfragen

Welche Lieferant:innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?

Uns sind keine Lieferanten bekannt, die besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen aufweisen.

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

Nicht nötig.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen

0 %

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale:

keine

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant:innen

Transparenz gegenüber LieferantInnen zeichnet sich dadurch aus, ob und in welchem Ausmaß Informationen zur Verfügung gestellt werden. Dabei sind der Umfang und die Tiefe sowie die Art der Verfügbarkeit der bereitgestellten Informationen entscheidend. Mitentscheidung ist ein wichtiges Instrument zur Stärkung der Position von LieferantInnen und kann gleichzeitig der Optimierung von Geschäftsabläufen dienen.

Berichtsfragen

Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant:innen zur Verfügung gestellt?

Als Dienstleistungsunternehmen, das keine Rohmaterialien und Produkte verarbeitet, wird ein Mitentscheidungsrecht von Lieferant:innen für von uns genutzte Verbrauchsgüter als nicht sinnvoll erachtet, da unser Einkaufsvolumen im Verhältnis zum Produktionsvolumen unserer Lieferant:innen vernachlässigbar ist.

Reine Sublieferant:innen (Reinigung, IT-Dienstleistungen, Steuerberatung / Buchhaltung) werden mit ausreichendem Vorlauf über Nicht-Betriebszeiten (in der Regel 2 Wochen über Weihnachten) und Urlaubszeiten der direkten Ansprechpartner:innen im Unternehmen informiert.

Mit unserem hauptsächlichen IT Hardware-, Software-Lieferanten wurde 2020 ein 3-jähriger Rahmenvertrag über die in diesem Zeitraum erwartete Produkt-Abnahme vereinbart.

Mit unseren IT- und Dienstleistungs-Projekt-Partner:innen, mit denen wir zur Erbringung unserer Beratungsdienstleistungen als Sublieferant:innen (Software-Lizenzen) kooperieren, tauschen wir uns regelmäßig hinsichtlich unserer Einsatz- und Vertriebspläne aus. Bei Standard-Dienstleistungen und dementsprechend fertigen Sub-Dienstleistungen (lizenzierte Software) haben unsere Informationen keinen Einfluss auf die Produktions- / Dienstleistungstätigkeiten der Partner:innen sondern sind reine Information von zu erwartendem Umsatz.

Bei individuell ausgearbeiteten Kooperationsprojekten erfolgt die Leistungsplanung und -Erbringung entsprechend den Kundenanforderungen nach Abstimmung der Partner-Verfügbarkeit und -Konditionen.

Wie und in welchem Umfang wird Lieferant:innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?

In Abhängigkeit von den Kundenanforderungen wird bei projektspezifischen gemeinsamen Entwicklungsaktivitäten / Angeboten auf die Verfügbarkeit der Partner:innen Rücksicht genommen und die Leistungsplanung entsprechend abgestimmt. Dasselbe gilt für Änderungen in der Dienstleistungserbringung bei laufenden Projekten. Lösungen für sich ändernde

Kundenanforderungen werden hier jeweils nach Abstimmung mit den Projektpartner:innen angeboten. Dies wird durch eine laufende Kommunikation und Abstimmung zwischen den Projekt-Akteur:innen - Kund:innen , Projekt-Sub-Partner:innen und uns selbst - gewährleistet.

Wie zufrieden sind Lieferant:innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

Da nur im Voraus gemeinsam abgestimmte Leistungen an Kund:innen angeboten werden, ist die Zufriedenheit der Projektpartner:innen gegeben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Standardmäßig laufende Kommunikation in der Dienstleistungs-Kette sowohl mit Kund:innen als auch mit Projekt-Sub-Partner:innen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine ersichtlich.

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

Unternehmen tragen die Verantwortung, entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten untereinander einzufordern, aktiv zu unterstützen und zu fördern.

Berichtsfragen

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

S.o. A4.1 – wo ein direkter, relevanter Einfluss unserer Nachfrage bei Sub-Lieferant:innen und Projektpartner:innen zu erwarten ist, es sich also um Dienstleistungspartner:innen handelt, streben wir durch die laufende Kommunikation mit den Partner:innen einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten bis hin zu den Kund:innen an.

Reine Sublieferanten (Reinigung, IT-Dienstleistungen, Steuerberatung / Buchhaltung) mit einem laufend konstanten Dienstleistungsabruf werden zeitgerecht über geplante „Ausnahme-Betriebszeiten“ mit geändertem Dienstleistungsabruf informiert, um sich entsprechend darauf einstellen zu können.

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Der transparente und partizipative Umgang aller Beteiligten miteinander wird durch eine zeitgerechte Information und laufende Abstimmung mit den bestehenden und zukünftigen Sub-Lieferant:innen und Projektpartner:innen gewährleistet.

Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Es sind diesbezüglich keine eventuell vorhandenen Risiken und Missstände ersichtlich.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt

Produkte und Rohwaren mit einem derartigen Label wurden bisher nicht erhoben.

26% des Aufwandes (2021) wird von Unternehmen mit einer Form von Zertifizierung (Qualität, Umwelt, Energie, Emissionen, Arbeitnehmer:innen schutz, Bio, etc.) erbracht, was auch auf einen gewissen Transparenzgrad hindeutet.

Anteil der Lieferant:innen , mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

Zwar nicht als solches angesprochen, aber in der Realität gelebt wird ein transparenter und partizipativer Umgang mit folgenden Lieferant:innen und Partner:innen :

Lieferant:innen	Art des transparenten und partizipativen Umgangs
Fremdleistungen, Projektpartner:innen / Sublieferant:innen 2021: 29% 2020: 31%	laufende gemeinsame Leistungsplanung nach Abstimmung der Partner- Verfügbarkeit und -Konditionen
IT Hardware, Software 2021: 13% 2020: 7%	Information und Abstimmung von Einsatz- und Vertriebsplänen
IT Dienstleistungen 2021: 6% 2020: 5%	Information und Abstimmung über Ausnahme-Betriebszeiten
Steuerberatung / Buchhaltung 2021: 4% 2020: 5%	Information und Abstimmung über Ausnahme-Betriebszeiten
Personal-Dienstleistungen & Produkte 2021: 3% 2020: 1%	Information und Abstimmung über Ausnahme-Betriebszeiten
Reinigung 2021: 2% 2020: 2%	Information und Abstimmung über Ausnahme-Betriebszeiten

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

s.o.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine Änderungen geplant.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Hohe Ausstattung mit Eigenmitteln bedeutet finanzielle Unabhängigkeit, bringt ökonomische Resilienz und schützt das Unternehmen vor unerwünschten externen Einflüssen, besonders vor vermeidbaren Finanzrisiken.

Berichtsfragen

Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?

Die Sicherung und Erhöhung des Eigenkapitalanteils im Unternehmen wird durch das Belassen von rund 50% des jeweiligen Bilanzgewinns im Unternehmen sichergestellt.

Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?

Es wurden bisher keine anderweitigen Möglichkeiten des Eigenmittel-Gewinns in Betracht gezogen.

Verpflichtende Indikatoren

Eigenkapitalanteil

Eigenmittelquote nach § 23 URG:

(= (Eigenkapital / Gesamtkapital) x 100)

2021: 39,49 %

2020: 27,20 %

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

Eigenkapitalquote der Sparte Information und Consulting, nach Größenklassen:

(Jahresumsatz in € Mio.; Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank, November 2020)

2-4 Mio. € Jahresumsatz: 34,4 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Seit 2020: Reduktion der Anzahl der Leasing-Fahrzeuge im Fuhrpark

2021:

- Vorzeitige Rückführung von Finanzierungskrediten zur Finanzierung von e-Mobilen 2020
- Auslagerungsversicherung der Abfertigungsansprüche ALT an Allianz

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Jede Kreditaufnahme ist ein Versprechen auf eine Steigerung der Wertschöpfung, um Zinsen und Rückzahlung leisten zu können. Ergänzendes Fremdkapital sollte in erster Linie durch Formen solidarischer Finanzierung, z.B. von KundInnen durch Nachrangdarlehen oder von am Projekt Interessierten durch Crowdfunding, aufgebracht werden, da hier übereinstimmendes Interesse besteht. Erst danach sollten Kredite bei Ethikbanken in Betracht gezogen werden. Im Fall notwendiger Geschäftsbankkredite sind die Konditionen auf enthaltene zusätzliche Risiken zu prüfen.

Berichtsfragen

Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?

Fremd-Finanzierung durch Kreditinstitute wurde im Beobachtungszeitraum bis auf das Leasing eines KFZ reduziert (geplant bis Leasing-Laufzeit-Ende) – s. u. langfristiges Fremdkapital.

Das kurzfristige Fremdkapital beruht auf noch nicht fälligen Finanzierungen von Berührungsgruppen (Lieferant:innen , Kund:innen , Mitarbeiter:innen).

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Ist nicht nötig – s.o..

Verpflichtende Indikatoren

Fremdkapitalanteil (%-Anteil Fremdkapital)

	31.12.2021		31.12.2020	
	TEUR	%	TEUR	%
kurzfristiges Fremdkapital				
kurzfristige Rückstellungen	231	22,3	199	18,3
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	0	0,0	17	1,5
erhaltene Anzahlungen	7	0,7	0	0,0
Lieferverbindlichkeiten	92	8,9	98	9,0
Verbindlichkeiten Arbeitsgemeinschaften	0	0,0	1	0,1
sonstige Verbindlichkeiten	200	19,2	101	9,3
Rechnungsabgrenzungsposten	89	8,6	191	17,6
	620	59,6	607	55,7

langfristiges Fremdkapital

langfristige Rückstellungen	4	0,4	117	10,8
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	0	0,0	60	5,5
	4	0,4	177	16,3

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (in Tsd. EUR)

s.o.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Seit 2020: Reduktion der Anzahl der Leasing-Fahrzeuge im Fuhrpark

2021:

- Vorzeitige Rückführung von Finanzierungskrediten zur Finanzierung von e-Mobilen 2020
- Auslagerungsversicherung der Abfertigungsansprüche ALT an Allianz

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine konventionelle Fremdfinanzierung

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner:innen

Die Sicherung des eigenen ethischen Finanzmanagements kann durch Partnerinstitute unterstützt werden, die selbst eine entsprechende Haltung verkörpern. Bei Ethik- und Nachhaltigkeitsratings heißt es genau hinsehen, was sie bewerten.

Berichtsfragen

Welche Finanzpartner:innen hat das Unternehmen?

- Wir haben unsere Giro- und Projekt-Konten bei unserer Hausbank der Sparkasse NÖ Mitte West AG.
- Unsere Betriebliche Vorsorgekasse ist die Bonus Vorsorgekasse AG.
- Für Abfertigungsansprüche ALT besteht eine Auslagerungsversicherung bei der Allianz Elementar Lebensversicherungs-AG.

Wie sind die Finanzpartner:innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

- Sparkasse NÖ Mitte West AG: Regionalbank, verfügt über Nachhaltigkeitsmanagement, Unterstützer der Principles for Responsible Banking des United Nations Environment Programmes, s [#glaubanmorgen → Nachhaltig besser sein | Sparkasse Niederösterreich Mitte West AG](#) , Mitglied der Net-Zero Banking Alliance, lokaler Fokus auf ressourcenschonende Prozesse und Minimierung von CO2-Emissionen, hat nachhaltige Anlageprodukte,

- Bonus Vorsorgekasse AG: GOLD Rating in der Nachhaltigkeitszertifizierung der betrieblichen Vorsorgekassen und Pensionskassen der ÖGUT
- Allianz Elementar Lebensversicherungs-AG: GOLD Rating in der Nachhaltigkeitszertifizierung der betrieblichen Vorsorgekassen und Pensionskassen der ÖGUT

Verpflichtende Indikatoren

Bis zu drei wesentliche Finanzpartner:innen ; jeweils Partner:innen institut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen).

Partner:innen institut	Finanzprodukt	Geschäftsumfang % vom Umsatz
Sparkasse NÖ Mitte West AG	Guthaben auf Giro- & Projektkonto	2021: 4 – 29 % 2020: 16 – 38 %
Bonus Vorsorgekasse AG	Betriebliche Vorsorgekasse	2021: 0,59 % 2020: 0,64 %
Allianz Elementar Lebensversicherungs-AG	Auslagerungsversicherung Abfertigungsansprüche ALT	2021: 3 % 2020: -

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Seit 2020: Reduktion der Anzahl der Leasing-Fahrzeuge im Fuhrpark

2021:

- Vorzeitige Rückführung von Finanzierungskrediten zur Finanzierung von e-Mobilen 2020
- Auslagerungsversicherung der Abfertigungsansprüche ALT an Allianz

Verbesserungspotenziale/Ziele:

keine

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Ziel einer solidarischen und gemeinwohlorientierten Verwendung von betrieblichen Überschüssen ist in erster Linie die Sicherung künftiger ausreichend fairer Einkommen von Berührungsgruppen in Form umfassender Investitionen und Vorsorgen. Erst nach Deckung der Zukunftsausgaben sollen Kapitalerträge an EigentümerInnen ausgeschüttet werden, ohne dass dafür eine Neuverschuldung eingegangen wird.

Berichtsfragen

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

Zur Zukunftsvorsorge und für die nachhaltige Unternehmens-Weiterentwicklung (Personal-Aufbau und -Entwicklung, Dienstleistungsentwicklung) belassen wir 50% des Bilanzgewinns im Unternehmen. Die mit der nachhaltigen Unternehmens-Weiterentwicklung verbundenen Ausgaben sind fast ausschließlich Personalaufwand, der im laufenden Betrieb ohne zusätzliche Finanzierung mit getragen wird. Die damit verbundenen Anlagen-Kosten beschränken sich auf die persönliche technischen Geräte und Infrastruktur und werden mit max. 5 TEUR je zusätzlicher Person geplant.

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

Etwaige Ausschüttungen (50% des Gewinns) erfolgen in 5 Teilen: neben den 4 Eigentümer:innen werden bei Ausschüttungen die Mitarbeiter:innen als 5. Empfänger:innen beteiligt.

Verpflichtende Indikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (in Tsd. EUR)

Jahresüberschuss:

2021: 230 TEUR

2020: 149 TEUR

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (in Tsd. EUR)

Zukunftsausgaben (Planung zu Jahresbeginn):

2021: 15 TEUR

2020: 25 TEUR

Anlagenzugänge (in Tsd. EUR)

Anlagenzugänge:

2021: 2 TEUR

2020: 76 TEUR

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: s.o. B1

Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel

Signifikante Beispiele unfairer Verteilung sind der Abbau von Arbeitsplätzen oder die Verlagerung eines ganzen Standortes trotz stabiler Gewinnlage. Das Ausschütten zweistelliger Renditen auf Kapitalanteile nicht mittätiger GesellschafterInnen stellt ebenfalls eine unfaire Verteilung dar.

Berichtsfragen

Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?

Es gab keine Standortveränderungen.

Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?

Es gab keinen Arbeitsplatz-Abbau.

Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter:innen ausbezahlt?

Es gibt keine Ausschüttungen an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale:

keine

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Ziel ist es, die einseitig ertragsorientierte Entscheidungsgrundlage der Investitionsrechnung durch eine umfassende Betrachtung und Bewertung aller Veränderungen aufgrund der Investition zu ersetzen. Bei einer längeren Nutzungsdauer bleiben ökologische Wirkungen auch länger aufrecht. Daher spielt ein ökologisches Sanierungsprogramm bei bestehendem Anlagevermögen eine wichtige Rolle.

Berichtsfragen

Welche Sanierungsziele an/in der eigenen Anlage haben ökologisches Verbesserungspotenzial?

Da wir keine Anlagen betreiben, reduziert sich die Verbesserung der ökologischen Qualität auf die Reduktion unseres ökologischen Fußabdrucks in den Bereichen:

- Mobilität: Umstellung von Verbrennungs- auf E-Mobile bzw. nachhaltige Mobilität
- IT: Beschaffung von langlebigen, reparierbaren und energieeffizienten Geräten;

Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?

Bei Umstellung auf E-Mobile kann auf die entsprechenden Förderungen des Bundes zugegriffen werden.

Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?

Orientierung der Investitionsentscheidungen auf die Zielsetzung der Klimaneutralität.

Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

Keine

Verpflichtende Indikatoren

Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf (in Tsd. EUR)

- Mobilität: Ersatz von Verbrenner-Leasing-Fahrzeugen durch E-Mobile, die wiederum geleast oder gemietet werden. – keine Zusatzkosten, da reiner Ersatz bisheriger Kosten
- IT: Sukzessive Erneuerung der IT-Infrastruktur: ca. 20-25 % der Geräte im Rahmen des laufenden Betriebes – ca. 15-20 TEur p.a.

Realisierung der ökologischen Sanierung (in Tsd. EUR und %-Angaben)

- S.o.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

2020: Ersatz von 3 Verbrennungs-Mobilen durch E-Mobile, lfd. Ersatz-Invest IT

2021: lfd. Ersatz-Invest IT

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Mobilität: 100 % E-Mobilität

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

An solidarischer Finanzierung für ein sozial-ökologisches Projekt kann sich ein Unternehmen beteiligen, sofern es rechtlich möglich ist, z.B. als Nachrangdarlehen, Mikrokredit, Crowdfunding-Projekt, über eine Stiftung oder durch direkte Förderung. 44 Vollbilanz | Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung | B3 Wenn anstelle direkter Veranlagung in Projekte eine solche in Nachhaltigkeitsfonds gewählt wird, sollten die festgelegten Ausschlusskriterien, die konkreten Positivkriterien und die Formen möglicher Mitwirkung bei Investitionsentscheidungen beachtet werden. Renditeerwartungen sollten dabei völlig in den Hintergrund treten. Beim Erwerb von Finanzanlagen, z.B. Beteiligungen, sollten vergleichbare Wirkungsnachweise und Feststellungen des Sanierungsbedarfs in die Entscheidung einbezogen werden.

Berichtsfragen

In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

Es bestehen keine Veranlagungen per se.

Für Abfertigungsansprüche ALT (3 Mitarbeiter) besteht eine Auslagerungsversicherung bei der Allianz Elementar Lebensversicherungs-AG (GOLD Rating in der Nachhaltigkeitszertifizierung der betrieblichen Vorsorgekassen und Pensionskassen der ÖGUT)

Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

Lt. ÖGUT-Rating.

Verpflichtende Indikatoren

Finanzierte Projekte (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung)

keine

Fonds-Veranlagungen (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung)

Auslagerungsversicherung bei der Allianz Elementar Lebensversicherungs-AG:

2021: 86,4 TEUR; 100 %; 2020: -

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Auslagerungsversicherung Abfertigung ALT

Verbesserungspotenziale/Ziele:

keine

Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Ökologische Folgen der Verwendung bedenklicher Ressourcen führen zu Aktionen des Ersatzes dieser Ressourcen und damit zum Ausstieg aus Industriezweigen oder ganzen Industrien. Die Vereinbarung von Paris zur Reduktion von CO₂-Emissionen umfasst drastische Reduktionsziele für Industriestaaten und den vollständigen Verzicht auf fossile Energieträger (Dekarbonisierung) bis 2050. Sind derartige Ressourcen für das Geschäftsmodell wesentlich, führt das Negieren des notwendigen Ausstiegs (Divestment) zur Negativbewertung. Maßnahmen zur Reduktion der Abhängigkeit werden im Verhältnis ihrer Wirksamkeit anerkannt.

Berichtsfragen

Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?

Treibstoff für verbleibende Verbrennungs-Mobile.

Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung und welche Wirkung wird damit erreicht?

Reduktion der Fahrzeuge p. Mitarbeiter:innen im Pool, durch Forcierung der Verwendung öffentlicher Verkehrsmittel.

Ersatz der Verbrennungs-Mobile nach Auslaufen des Leasings durch E-Mobile.

Wirkung s. CO₂-Bilanz.

Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Der Ausstieg aus fossilen Energieträgern bedeutet für uns die konsequente Umsetzung unseres Ziels der klimaneutralen Erbringung unserer Dienstleistungen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Ersatz von 3 Verbrennungs-Mobilen durch E-Mobile

Verbesserungspotenziale:

Ersatz der verbleibenden 2 Verbrennungs-Mobile nach Auslaufen des Leasings (2023, 2024)

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Die Verteilung der Eigentumsanteile zielt darauf ab, die Eigenständigkeit und Selbstbestimmung des Unternehmens zu wahren, und hilft mit, unabhängig von Einzelinteressen zu bleiben. Das Interesse an der Erhaltung und Weiterentwicklung des Unternehmenszweckes und des gesellschaftlichen Sinns ist die Grundvoraussetzung für eine Beteiligung am Eigentum. Auf lange Sicht verfügen die internen Gruppierungen aller Mitarbeitenden zusammen stets über eine gesicherte Mehrheit an Stimmrechten.

Berichtsfragen

Wer sind die Eigentümer:innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?

Eigentümer:innen sind die Führungskräfte des Unternehmens zu je 25 %, die das Unternehmen 2011 zum weiteren Fortbestand aus einer Vorbesitzer-Struktur (AG) herausgekauft haben. Aus der Eigentümer-Eigenschaft erfolgen gleiche Rechte, Pflichten und Haftungen.

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

Bei jeder Art von Entscheidung wird Einstimmigkeit unter den Eigentümer:innen angestrebt. Soweit Entscheidungen die Art der Tätigkeiten von Mitarbeiter:innen betreffen, werden diese in die Entscheidungen miteinbezogen.

Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer:innen gesichert und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?

Entscheidungsgrundlage für transparente Entscheidungen sind monatliche Partner-Meetings, in denen die relevanten Informationen ausgetauscht und diskutiert werden und die Entscheidungen getroffen werden.

Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer:innen struktur gefördert?

Zur Erweiterung der Verbreitung der Eigentümer:innen struktur ist der Aufbau eines erweiterten Strategie-Kreises in Vorbereitung.

Wie hat sich die Eigentümer:innen struktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?

In den letzten Jahren gab es keine Veränderung in der Eigentümer:innen struktur.

Verpflichtende Indikatoren

Verteilung des Eigenkapitals: (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100 %)

- Unternehmer:innen 0 %
- **Führungskräfte** 100 %
- Mitarbeiter:innen 0 %
- Kund:innen 0 %
- Lieferant:innen 0 %
- weiteres Umfeld 0 %
- nicht mittätige Kapitalinvestor:innen 0 %

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Aufbau eines erweiterten Strategie-Kreises

Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme

Der Wachstumszwang im bestehenden Wirtschaftssystem führt bei ungenügendem Wachstum aus eigener Kraft zum Aufkauf von WettbewerberInnen, zu fehlenden Marktzugängen oder zu fehlenden Technologien. Börsennotierte Unternehmen sind besonders gefährdet, wenn ihre Aktien als unterbewertet gelten. Bei nicht börsennotierten Unternehmen kann durch eine finanzierende Bank ein vergleichbarer Vorgang ausgelöst werden. Feindliche Übernahmen sind Übernahmen gegen den Willen des Vorstandes, der Mehrheit der Mitarbeitenden und wesentlicher weiterer Berührungsgruppen. Eine einvernehmliche Verbindung ist hingegen kein Problem, wenn sowohl die Geschäftsführung als auch die Beschäftigten und wesentliche Berührungsgruppen beider Unternehmen zustimmen.

Berichtsfragen

Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?

Es gab keine feindliche Übernahme.

Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

Der Schutz des Unternehmens erfolgt durch ausreichendes Eigenkapital bzw. die Notwendigkeit eines einstimmigen Beschlusses zur Veräußerung des Unternehmens.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale:

keine

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Am Arbeitsplatz wird ein respektvolles, wertschätzendes und vertrauensvolles Miteinander gelebt. Der Umgang mit Fehlern ist konstruktiv. Konflikte werden als Chance gesehen und auf Augenhöhe gelöst. Mitarbeitende und Teams erfahren ein hohes Maß an Selbstorganisation und Eigenverantwortung. Das Unternehmen schafft ein Umfeld, in dem sich individuelle Stärken und Talente entwickeln können. Die Mitarbeitenden finden Sinnstiftung in ihrer Arbeit.

Berichtsfragen

Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?

Wie in unseren Handlungsgrundsätzen festgehalten, sehen wir unsere Mitarbeiter:innen und Kolleg:innen als den Kern unseres Unternehmens und als Mitgestalter:innen der Zukunft von ConPlusUltra. Jede/n unserer Mitarbeiter:innen und Kolleg:innen betrachten wir als Repräsentant:innen der Werte unseres Unternehmens nach innen wie nach außen.

Die Unternehmensleitung von ConPlusUltra wie auch alle Mitarbeiter:innen sind sich der hohen Herausforderungen eines von Projektabläufen dominierten Arbeitsumfelds an jede/n Einzelnen bewusst. Deshalb sind wir gemeinsam bestrebt, durch eine offene Gesprächskultur und flache Hierarchien im Unternehmen ein Klima der kollegialen Zusammenarbeit zu schaffen und jedem/jeder Mitarbeiter*in einen Ausgleich zwischen professionellen Leistungsanforderungen und beruflichen wie auch persönlichen Entfaltungsspielräumen zu ermöglichen.

Formal bildet sich dies bei überschaubaren Team-Strukturen mit 3 Teams in den etablierten Gesprächs- und Kommunikations-Prozessen ab:

- Regelmäßige Mitarbeiter:innen -Gespräche (halb- bis min. jährlich)
- Regelmäßige Team-Meetings (2 monatlich)
- Regelmäßige Mitarbeiter:innen (Informations-)Quartals-Meetings auf Firmenebene zur Besprechung der aktuellen Geschäftsentwicklung, Präsentation und Diskussion von Neuerungen und Themen auf Vorschlag der Mitarbeiter:innen
- Regelmäßige Feiern (entsprechend der Jahreszeit, meist nach Quartals-meetings) und Ausflüge

Entsprechend der jeweiligen Teilnehmer:innen werden dabei Ergebnisse und Ziele besprochen, die relevanten Themen offen diskutiert und das weitere Vorgehen vereinbart bzw. das Erreichte entsprechend gewürdigt und gefeiert.

Weiters erfolgt eine regelmäßige Überprüfung der Mitarbeiter:innen -Zufriedenheit und Wertekultur. Hier ein Auszug aus der **extern durchgeführten Mitarbeiter:innen -Befragung 2021 zur erlebten Unternehmens- und Wertekultur als Status Quo:**

1. *Kompetente, unabhängige & erfahrene Fach-/Prozessberater:innen (Relevanz/Kunde im Fokus)*
2. *Umfassendes Sustainability-Verständnis aus persönlicher Überzeugung (Kohärenz)*

3. *Wertschätzende Begegnungen auf Augenhöhe (Selbstorganisation)*
4. *Offene Gesprächskultur (offene bewusste Feedbackkultur)*
5. *Partnerschaftliche Zusammenarbeit (konstruktive Fehlerkultur & Iteration)*
6. *Vertrauensvolle professionelle Beziehungen (Transparenz & Kommunikation)*
7. *Mitarbeiter:innen und Kolleg:innen sind der Kern des Unternehmens, Mitgestalter:innen der Zukunft & Repräsentant:innen der Werte (Orientierung & Identität)*
8. *Pflege von beruflichen & persönlichen Entfaltungsspielräumen (Empowerment)*
9. *Nachhaltige & motivationsförderliche Arbeitsumgebung (lokales Mikro-Klima "Bring Your Own Purpose" | Zugehörigkeit & Kollaboration)*

Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?

Es wird ein sehr offener, konstruktiver und lösungsorientierter Umgang mit Fehlern und Konflikten angestrebt. Das Ziel ist, daraus zu lernen und die Zusammenarbeit laufend zu verbessern.

Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Als projektorientiertes Unternehmen übernehmen die Kolleg:innen (mehrheitlich in ihrer Funktion als Projektleiter:innen) die ihrer Rolle entsprechende Eigenverantwortung und entsprechende Selbstorganisation mit entsprechender Unterstützung durch die Teamleiter:innen. Unsere Dienstleistungsprozesse sind grundlegend festgelegt, mit den Kund:innen abgestimmt und werden von den Kolleg:innen entsprechend ihren eigenen Fähigkeiten umgesetzt. Persönliche Verbesserungsvorschläge fließen nach interner Abstimmung im Team dabei laufend mit ein.

Verpflichtende Indikatoren

Fluktuationsrate

2021: 11,5 %

2020: 8,6 %

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

2021: 7,6 Jahre.

2020: 7,9 Jahre

Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen?

	Initiativ-Bewerbungen:	Bewerbungen auf Ausschreibungen
2021	10	182
2020	6	174

Anzahl und Regelmäßigkeit an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur – 1/2 -jährliche MA-Gspr., regelm. Team-Meetings, Qu-Info-Veranstaltungen (Themen nach Vorschlag)

- Regelmäßige Mitarbeiter:innen -Gespräche (halb- bis min. jährlich)
- Regelmäßige Team-Meetings (2 monatlich)
- Regelmäßige Mitarbeiter:innen (Informations-)Quartals-Meetings und Firmen-Feiern

Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene

Bei einer Planung von ca. 2 Ausbildungstagen (fachlich oder persönlich) pro Jahr werden diese im Durchschnitt pro Jahr auch in Anspruch genommen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Regelmäßige Meetings auf den unterschiedlichen Ebenen (individ. Mitarbeiter:innen , Team, Firmenebene)

Mitarbeiter:innen -Befragung zum Status quo der erlebten Unternehmens- und Wertekultur mit einer darauf aufbauenden Human-Ressourcen-Roadmap

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Entwicklung und Etablierung der Human-Ressourcen-Roadmap

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Betriebliche Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz sind im gesamten Unternehmen verankert und unterstützen eine gute Gesundheit der Mitarbeitenden. Durch präventive Maßnahmen und weitere Angebote wird der Erhalt bzw. die Verbesserung und Wiederherstellung der Gesundheit der Mitarbeitenden gefördert.

Berichtsfragen

Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?

Neben den gesetzlich vorgeschriebenen regelmäßigen Arbeitsplatzevaluierungen und Evaluierung der psychischen Belastungen erfolgte in einem Fit2Work-Projekt (2018-2019) die Unternehmensbeurteilung nach dem Arbeitsfähigkeits-Modell mit Erhebung des Arbeitsbewältigungsindex ABI Plus™, auf dessen Basis in Mitarbeiter:innen -Workshops ein Maßnahmenplan erarbeitet wurde. Dieser besteht aus einmaligen Maßnahmen, die daraufhin umgesetzt wurden, und aus laufenden Maßnahmen, die in entsprechenden Prozessen (betreffend Führung, Fähigkeiten, Gesundheit) etabliert wurden.

Zur Anregung vermehrter Bewegung haben wir 2021 als Unternehmen an der Spusu NÖ Firmenchallenge des Landes NÖ teilgenommen (3 Monate; Tracking von Gehen, Laufen und Radfahren). Das Angebot wurde von 2/3 der Mitarbeiter:innen angenommen.

Weiters ist die unternehmensweite Stärkung der Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel (Jobticket bzw. regionale Jahreskarten für alle Mitarbeiter:innen) sowohl bei Arbeitsfahrten als auch auf dem Weg zur/von der Arbeit indirekt eine Gesundheitsmaßnahme durch die vermehrte Bewegung (Gehen, Radfahren), die damit ebenfalls einhergeht.

Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein und welche Maßnahmen werden zum Schutz getroffen?

Bei der Erhebung des Arbeitsbewältigungsindex ABI PlusTM zeigte sich, dass die größten Belastungen vom langen Arbeiten am Bildschirm (für 70 % belastend) und die zweit-häufigste vom Zeitdruck (für 25 % belastend) ausgehen. Alle weiteren Belastungen (Lärm, zu häufige Unterbrechungen, etc.) waren bei 10 % oder darunter.

Für das Arbeiten am Bildschirm erfolgen eine regelmäßige Kontrolle und Einschulung der ergonomischen Geräteaufstellung und Haltung.

Dem Zeitdruck wird durch möglichst frühzeitige, organisatorische Maßnahmen gegengewirkt bzw. werden mit Kunden entsprechende Abwicklungszeiträume vereinbart. Das Arbeiten hin zu fixen Terminen ist allerdings unserer Dienstleistung immanent und lässt sich nicht vermeiden.

Alle weiteren Belastungen wurden nach der Erhebung im Einzelnen auf ihre Behebung hin evaluiert und entweder durch technische Vorkehrungen (z.B. Lärmschutz, Definition eines Ruhe-/Telefonier-Raumes) oder Ablauf-Änderungen entsprechend zu verringern versucht.

Verpflichtende Indikatoren

Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung); Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen

	Durchschnittl. Krankheitstage
2021	1,7
2020	4,7

Die Mitarbeiter:innen sind angehalten, krank nicht zu arbeiten, und es gibt diesbezüglich auch keine Aufzeichnungen.

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

Es gab bisher keine Betriebsunfälle.

In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

Entsprechende medizinische Arbeitsplatz-Beurteilungen und Einschulungen sowie technische Hilfsmittel (mehr Bildschirme, Kopfhörer, etc.) wurden von allen Mitarbeiter:innen in Anspruch genommen, dies gilt auch für Peripherie-Geräte im Homeoffice.

Die dafür aufgewandte Arbeitszeit ist etwa 1 Stunde pro Jahr.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Technische und organisator. Maßnahmen entsprechend der Arbeitsplatzevaluierung, arbeitsmedizin. Beurteilungen bzw. Einschulungen und des Fit2Work-Projektes.
- Teilnahme an der Spusu NÖ Firmenchallenge
- Forcierung öffentlicher Verkehrsmittel

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Fortführung der bisherigen Aktivitäten

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Diversität in der Belegschaft wird als wertvolle Ressource verstanden, bei der die Unterschiede als Bereicherung gesehen werden. Allen Mitarbeitenden stehen gleiche Chancen und Möglichkeiten im Unternehmen zur Verfügung. Es wird angestrebt, gesellschaftliche Strukturen, die Menschen(-gruppen) benachteiligen, im Unternehmen zu überwinden.

Berichtsfragen

Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

Diversität und Chancengleichheit ist uns sehr wichtig sowohl bei der Personalsuche als auch im Umgang mit den Mitarbeitenden.

Als technisches Ingenieurbüro und Beratungsunternehmen ist die Mehrheit der Mitarbeiter:innen männlich, wiewohl bei Neueinstellungen weiblichen Kandidatinnen bei gleicher Qualifikation der Vorzug gegeben wird. Die jeweilige Qualifikation, relevante Berufserfahrung und das persönliche Auftreten sowie das „Passen“ zum bestehenden Team sind entscheidend. Wir geben auch Absolvent:innen die Möglichkeit, bei uns ihre ersten Erfahrungen zu machen.

Da wir in Zentral-Ost-Europa tätig sind, begrüßen wir auch Bewerber:innen aus diesem Raum, 17% unserer Mitarbeiter:innen sind nicht österreichischer Nationalität.

In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen und was wird dagegen getan?

Uns sind keine Bereiche bekannt, in denen sich potenzielle Mitarbeitende (Bewerber:innen) benachteiligt fühlen könnten.

ES erfolgt eine regelmäßige Überprüfung der Mitarbeiter:innen -Zufriedenheit.

Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Unsere Dienstleistungserbringung erfolgt in einer Projektstruktur, in der Führungspersonen sehr wohl auch als Projektmitarbeiter:innen an Projekten mitarbeiten, und somit die in der Projektarbeit klassische, hierarchische Struktur „gebrochen“ wird. Hierbei übernimmt die/der Projektleiter*in die unternehmerische Verantwortung für den Projekterfolg (inhaltlich, terminlich und finanziell). Den Projektleiter:innen werden interne Auftraggeber:innen zur Seite gestellt, denen gegenüber sie einerseits für die Projektabwicklung intern verantwortlich sind, die aber auch eine coachende Rolle für die individuelle Weiterentwicklung wahrnehmen.

Verpflichtende Indikatoren

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (z. B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen

Geschlecht	Alle Mitarbeiter:innen	Führungskräfte
Weiblich	34%	25%
Männlich	66%	75%

Alter	Alle Mitarbeiter:innen	Führungskräfte
20 – 30	17%	
30 – 40	31%	
40 – 50	17%	25%
50 – 60	31%	50%
60 - 70	3%	25%

Weitere Dimensionen werden nicht statistisch erfasst.

In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

Derzeit gibt es noch keine Angebote über das unter C1.2 Beschriebene hinausgehend.

Gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)

Bei Beratungsunternehmen sehen wir uns bei der Diversität durchaus im Durchschnitt der Marktbegleiter.

Als technisches Büro für technische Rechtsfragen und Energieberatung haben wir überdurchschnittlich viele weibliche Mitarbeiterinnen.

Was die Altersverteilung betrifft sehen wir bei uns ein sehr gutes Verhältnis zwischen erfahrenen und jüngeren Kolleg:innen (ca. 50:50), was in der Branche so nicht üblich ist, wo üblicher Weise mehr junge mit wenigeren, erfahrenen Kolleg:innen zusammenarbeiten.

Anzahl von Väter-/Mütter-Karenz in Monaten

2020-21 gab es keine Väterkarenz und 14,5 Monate Mütter-Karenz (inklusive Mutterschutz)

Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/ Fluktuationen

Geschlecht	2020 Zugang	2020 Abgang	2021 Zugang	2021 Abgang
Weiblich	3	1	3	1
Männlich	2	0	2	1

Alter	2020 Zugang	2020 Abgang	2021 Zugang	2021 Abgang
20 – 30	2	1	2	2
30 – 40	2		2	
40 – 50			1	
50 – 60	1			
60 - 70				

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Überproportionale Aufnahme von Mitarbeiterinnen bzw. von Personen mit nicht österr. Nationalität

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Aufnahme von Personen mit besonderen Bedürfnissen

Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen stehen einer mitarbeiterorientierten Haltung im Unternehmen entgegen. Das Bewusstsein und die Sensibilisierung für ein unmenschliches Arbeitsumfeld sollen gefördert werden.

Berichtsfragen

In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?

Keine

Welche Rückmeldungen dazu gibt es beim Betriebsrat bzw. der Personalabteilung?

Keine Hinweise darauf beim Fit2Work-Projekt zur Erhebung des Arbeitsbewältigungsindex ABI Plus™ bzw. bei der 2021 extern durchgeführten Mitarbeiter:innen -Befragung zur erlebten Unternehmens- und Wertekultur (s.o.).

Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

Durch eine offene Fehlerkultur und vertrauensvolles, persönliches Verhältnis untereinander.

Verpflichtende Indikatoren

Statement von Betriebsrat und/oder Personalabteilung zu diesen Fragen

S.o. C1.1 - Auszug aus der extern durchgeführten Mitarbeiter:innen -Befragung 2021 zur erlebten Unternehmens- und Wertekultur als Status Quo

Gerichtsprozesse/Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab

Es gab keine derartigen Prozesse/Verfahren.

Anzahl/Inhalt der Beschwerden von Seiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden

Es gab keine derartigen Beschwerden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Aktivitäten nötig

Verbesserungspotenziale:

keine

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Ein gerechter Verdienst der Mitarbeitenden hat einen erheblichen Einfluss auf die gelebte Kultur und Entwicklung einer Organisation. Der Verdienst soll sich möglichst transparent an Leistung, Verantwortung, Risiko, Bedarf sowie individuell von der Organisation definierten Maßstäben und Anreizstrukturen orientieren.

Berichtsfragen

Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten und wie transparent sind die zugrundeliegenden Konditionen?

Die Abgeltung der Leistungen unserer Mitarbeiter:innen erfolgt auf Basis der Vereinbarung eines Dienstverhältnisses bei Einstellung. Die Höhe des Verdienstes orientiert sich an dem vereinbarten Ausmaß der durchschnittlichen Wochen-Arbeitsstunden, an der jeweiligen Qualifikation und der bisherigen Berufserfahrung. Anhand dieser Kriterien erfolgt eine prinzipielle Einstufung gemäß unseres Branchen-Kollektiv-Vertrages, auf dessen Basis mit einer zu vereinbarenden Überzahlung (von im Durchschnitt 21%) das tatsächliche Monatsgehalt vereinbart wird.

Bei Erreichen unserer Leistungsziele und dementsprechendem Gewinn erfolgen etwaige Ausschüttungen in 5 Teilen: neben den 4 Eigentümer:innen werden bei Ausschüttungen die Mitarbeiter:innen als 5. Empfänger:innen beteiligt. Dies erfolgt entsprechend dem Vollzeitäquivalent des jeweiligen Arbeitsverhältnisses zu gleichen Teilen unabhängig vom Gehalt als individuelle Prämie.

Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?

Die Vereinbarung eines „lebenswürdigen Verdienstes“ wird einerseits durch die Überzahlung der Verdienst-Einstufung gemäß Kollektivvertrag und andererseits durch die laufende Abstimmung mit den Mitarbeiter:innen entsprechend ihren Wünschen und Bedürfnissen hinsichtlich der jeweiligen Verdienst-Höhe im Rahmen der Mitarbeiter:innen -Gespräche sichergestellt.

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Die Höhe des Verdienstes kann durch das gewünschte Ausmaß der Wochen-Arbeitsstunden entsprechend beeinflusst werden.

Verpflichtende Indikatoren

Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung)

Die innerbetriebliche Spreizung liegt bei 1 : 3,1

Medianverdienst

Der Median-Verdienst liegt bei 3.740,- € p. M..

Standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“ (für alle Betriebsstandorte)

Als „lebenswürdigen Verdienst“ betrachten wir den min. KV-Gehalt von 1.578,- € p.M., der von uns in jedem Fall (teilweise sehr weit) überschritten wird.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Homeoffice-/Telearbeits-Vereinbarung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Derzeit keine.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Arbeitszeit ist Lebenszeit. Die effiziente und effektive Inanspruchnahme der durch die Mitarbeitenden zur Verfügung gestellten Arbeitskraft ist direkter Ausdruck für einen respektvollen und wertschätzenden Umgang innerhalb der Organisation. Teilhabe am Arbeitsleben und gesellschaftliche Teilhabe werden miteinander vereinbar, wenn die Reduktion und individuelle Ausgestaltung der Arbeitszeit der einzelnen Mitarbeitenden erklärtes Ziel der Organisation ist.

Berichtsfragen

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Die Arbeitszeiterfassung erfolgt durch jede/n Mitarbeiter*in selbst in unserem Projektmanagement-Tool mit vollintegrierter Arbeitszeiterfassung.

Wir vereinbaren in allen unseren Dienstverträgen Gleitzeit. Durch die Gleitzeit soll ein Maximum an Arbeitszeitgestaltungsmöglichkeit für die/den Mitarbeiter*in erreicht werden. Im Gegenzug setzt die Gleitzeit ein besonderes Maß an Selbstorganisation voraus. Sie baut auf den Prinzipien partnerschaftlicher Mitverantwortung, fairer Mitgestaltung und hoher Eigenverantwortlichkeit auf. Die Zeiteinteilung erfolgt selbständig in Abstimmung mit den anderen Mitarbeiter:innen auf Basis der Vereinbarungen (insbesondere Zieltermine) mit unseren Kund:innen .

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Unser Ziel ist, innerhalb unserer Gleitzeitperiode (Kalenderjahr) keine übermäßigen Überstunden aufzubauen. D.h. Zeiten mit erhöhtem Arbeitsaufkommen mit Überstunden, die infolge der Art unserer Tätigkeit jedenfalls anfallen, sollen durch Zeiten mit geringerem Arbeitsaufkommen ausgeglichen werden. Der entsprechende Ausgleich wird von den Mitarbeiter:innen entsprechend den jeweiligen Bedürfnissen individuell gestaltet.

Das Ziel einer kontinuierlichen Steigerung der Anzahl unserer Kund:innen geht mit einem entsprechenden Ziel der Steigerung unserer Mitarbeiter:innen -Anzahl einher, um hier fortlaufend eine entsprechende Balance für alle Mitarbeiter:innen sicherstellen zu können.

Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?

Die Gleitzeitvereinbarung gemeinsam mit der Homeofficevereinbarung geben unseren Mitarbeiter:innen die Möglichkeit, ihre privaten als auch gesellschaftlichen Teilhabe-Wünsche so weit wie möglich wahrnehmen zu können.

Darüber hinaus gewähren wir Mitarbeiter:innen für ihr gesellschaftliches oder soziales Engagement bis zu 3 Tage Sonder-Urlaub pro Jahr.

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Unsere Gleitzeit- und Homeoffice-/Telearbeitsvereinbarung gibt allen Mitarbeiter:innen die Möglichkeit in Abstimmung mit den Kolleg:innen und auf Basis der auch von den Mitarbeiter:innen getroffenen Vereinbarungen mit den Kund:innen, über die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen, inklusive des Arbeitsortes.

Verpflichtende Indikatoren

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden)

Unser Regelarbeitszeit sind 40 Wochenstunden bei Vollbeschäftigung.

Das Ausmaß der individuellen Wochenarbeitszeit wird mit den Mitarbeiter:innen entsprechend ihren jeweiligen Bedürfnissen und Wünschen (Familie, Studium, etc.) individuell vereinbart.

Der Anteil an Teilzeitkräften variiert dadurch von Jahr zu Jahr:

	Teilzeit-Anteil
2021	19 %
2020	8 %

Tatsächlich geleistete Überstunden

Mittelwert der Überstunden per Jahresende (inklusive Pauschal-Verträge, bei denen Überstunden ebenfalls vollständig erfasst werden):

	Überstunden
2021	29
2020	26

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Homeoffice-/Telearbeitsvereinbarung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine

C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance

Das vertraglich geregelte Arbeitsverhältnis beeinflusst maßgeblich das Wohlergehen der Mitarbeitenden. Die individuelle Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und die Sicherheit des Arbeitsplatzes ermöglichen den Mitarbeitenden langfristige Planungssicherheit und fördern direkt die Vereinbarkeit von beruflichen und außerberuflichen Tätigkeitsfeldern der Mitarbeitenden, wie z.B. von Kindererziehung, Pflege, Vereinsaktivitäten und politischen Ämtern.

Berichtsfragen

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Wir vereinbaren mit unseren Mitarbeiter:innen Vollzeit- oder Teilzeit-Arbeitsmodelle, wobei sich der Umfang an den jeweiligen persönlichen Wünschen und Möglichkeiten orientiert. Bei Bedarf kann die Vollbeschäftigung auf für einzelne Monate durch Teilzeit unterbrochen werden. Gemeinsam mit unserer Gleitzeitvereinbarung ermöglicht das eine sehr flexible Einteilung der Arbeitszeiten durch die Mitarbeiter:innen.

Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Die oben beschriebene Vereinbarung soll unseren Mitarbeiter:innen eine möglichst ausgewogene Work-Life-Balance ermöglichen. Weiters können Zeiten mit erhöhtem Arbeitsaufkommen durch Zeiten mit reduzierten Arbeitszeiten nach individuellen Bedürfnissen ausgeglichen werden.

Um dies noch besser zu unterstützen, wurde 2021 auch in Reaktion auf die Erfahrungen während der Covid-Pandemie 2020-21 eine Homeoffice-/Telearbeitsvereinbarung gemeinsam mit den Mitarbeiter:innen erarbeitet. Im Rahmen dieser Vereinbarung können bis zu 4 Tage pro Woche im Homeoffice gearbeitet werden, davon 2 Tage jedenfalls ohne und weitere 2 Tage nach Vereinbarung mit der/m Teamleiter*in.

Schüler:innen oder Studierenden ermöglichen wir einerseits (mehr-)monatsweise Praktika oder studienbegleitende Teilzeitanstellungen.

Verpflichtende Indikatoren

Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

Vollzeitbeschäftigung mit 40 Wochenstunden auf Gleitzeitbasis (in der Regel pauschaliert)

Teilzeitbeschäftigung mit 5 – 40 Wochenstunden auf Gleitzeitbasis (mit Blockmöglichkeit)

Anzahl der Führungskräfte/Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z. B. Teilzeit, Jobsharing)

Der Anteil an Teilzeitkräften variiert dadurch von Jahr zu Jahr entsprechend den individuellen Bedürfnissen und Wünschen:

	Teilzeit-Anteil
2021	19 %
2020	8 %

Im Betrachtungszeitraum hatte keine Führungskraft ein individuelles Arbeitsmodell.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Homeoffice-/Telearbeitsvereinbarung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keines

Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Bei Arbeitsverträgen, die die Existenzsicherung der Mitarbeitenden gefährden oder das Risiko einseitig zulasten der Mitarbeitenden erhöhen, wie es auch bei mündlichen Verträgen der Fall ist, muss von der Ausnutzung einer Notsituation ausgegangen werden. Es handelt sich dann um Ausbeutung durch die Organisation und Selbstausbeutung durch die Mitarbeitenden.

Berichtsfragen

Kann für alle Mitarbeitenden ein "lebenswürdiger Verdienst" sichergestellt werden und falls nicht, was sind die Gründe dafür?

Infolge der oben beschriebenen Orientierung des Verdienstes am Kollektivvertrag mit Überzahlung kann ein „lebenswürdiger Verdienst“ jedenfalls sichergestellt werden.

Welche Rolle spielt die "investierte" Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?

Die Bewertung des Engagements der Mitarbeiter:innen erfolgt nicht orientiert am Ausmaß der Arbeitszeit, sondern an der Erbringung der Tätigkeiten innerhalb der vereinbarten Arbeitszeit unabhängig von dessen Ausmaß.

Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und in Ausbildung befindliche Mitarbeitende (z. B. Schüler, Auszubildende, Praktikanten, Werkstudenten) gerechtfertigt?

Hilfskräfte und in Ausbildung befindliche Mitarbeitende werden ebenfalls wie oben beschrieben entsprechend der jeweiligen Ausbildung und Vordienstzeiten kollektivvertraglich eingestuft und nach individueller Vereinbarung eingestellt.

Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z. B. bei Saisonarbeit) und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?

Wir haben keine Zeitarbeits-Verträge.

Wieviel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

Wir vereinbaren in der Regel bei Erstanstellung eine Befristung auf 6 Monate, mit dem ersten Monat als Probemonat, die üblicherweise in unbefristetes Dienstverhältnis übergeht.

Verpflichtende Indikatoren

Standortabhängiger "Lebenswürdiger Verdienst"

Als „lebenswürdigen Verdienst“ betrachten wir den min. KV-Gehalt von **1.578,- € p.M.**, der von uns in jedem Fall (teilweise sehr weit) überschritten wird.

Gewinn

Jahresüberschuss:

2021: 230 TEUR

2020: 149 TEUR

Mitarbeiter:innen anzahl

2021: 27

2020: 24

Höchst- und Mindestverdienst

2021: 1: 3,1

2020: 1: 3,3

Anzahl der Pauschalverträge

2021: 17

2020: 16

Anzahl der Null-Stunden-Verträge

Es gibt keine Null-Stunden-Verträge

Mindest- und Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

Es gibt mit Ausnahme der Ferial-Praktikant:innen keine Zeitarbeitenden

Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden)

2021: 27

2020: 24

Anzahl der Zeitarbeitenden

Es gab im Berichtszeitraum nur 2020 einen Schüler, der als Ferialpraktikant ein Monat bei uns arbeitete. Das war der Sohn einer Mitarbeiterin.

Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen

Alle Arbeitsverträge werden zu Beginn auf 6 Monate befristet abgeschlossen.

Anteil von befristeten Arbeitsverträgen

Alle befristeten Arbeitsverträge sind in unbefristete Verträge übergegangen.

Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen

Befristete Arbeitsverträge gehen in der Regel in unbefristete Arbeitsverträge über.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Kein Verbesserungsbedarf

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

Etwa ein Drittel des durchschnittlichen ökologischen Fußabdruckes ist auf Nahrungsmittel zurückzuführen. Eine ökologische Wende braucht auch Veränderungen bei der Bewusstheit von ökologischen Zusammenhängen und Impulse für neue Ernährungsgewohnheiten.

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Berichtsfragen

Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?

Zur Unterstützung einer gesunden Ernährung wird in Umsetzung eines Ergebnisses des Fit2Work-Projektes (s.o.) an unseren beiden Bürostandorten Obst für alle Mitarbeiter:innen frei zur Verfügung bereitgestellt. Das Obst sollte saisonal, regional und wenn möglich bio sein. Der Ankauf erfolgt bei Nahrungsmittelhändlern in der örtlichen Nähe zu den Büros.

Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z. B. direkt vom Bauernhof, Obstkorb)?

In St. Pölten (und damit für 2/3 aller Mitarbeiter:innen) gibt es die Möglichkeit des Mittagessens in der Dussmann-Kantine (Voith-Werkskantine), die für alle im Innowerk ansässigen Unternehmen zur Verfügung steht. Es werden täglich 2 Menüs angeboten mit zumindest einem vegetarischen Menü. Qualität und Preis-Leistungs-Verhältnis sind sehr gut, wodurch das Angebot auch von einer Mehrheit der Mitarbeiter:innen sehr oft genutzt wird.

Im Wiener Büro gibt es zwar keine Kantine aber eine Kochnische, die von den Kolleg:innen zum Wärmen mitgebrachter Speisen verwendet wird.

An beiden Bürostandorten wird laufend Obst für alle Mitarbeiter:innen frei zur Verfügung bereitgestellt.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

Das Obst sollte saisonal, regional und wenn möglich bio sein. Je nach Saison und Angebot beträgt der Bio-Anteil 75 – 100 %.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale:

Bei einer ev. Standortveränderung in Wien ist die Verfügbarkeit einer Küche bzw. ev. nahegelegenen Kantine als Auswahlkriterium mit aufzunehmen.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Rund ein Fünftel des ökologischen Fußabdruckes ist dem Personenverkehr zuzuordnen, wovon mehr als 90 % auf Flugverkehr und Auto abfallen. Die Mobilität zum Arbeitsplatz stellt einen wesentlichen Einflussfaktor zur Reduktion der hieraus entstandenen Emissionen dar.

Berichtsfragen

Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

58 % der Mitarbeiter:innen nutzen öffentliche Verkehrsmittel bzw. in Abhängigkeit von der Nähe zum Wohnort das Fahrrad oder gehen zu Fuß.

42 % nutzen überwiegend ein Verbrennungs-KFZ zur Anreise, teilweise in Kombination mit öffentlichen Verkehrsmitteln (z.B. innerhalb von Wien).

Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?

Mit den Bürostandorten in St. Pölten und Wien gibt es für fast alle Mitarbeiter:innen je nach privatem Wohnort die Möglichkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. für Vorort-Wohnende mit dem Rad bzw. zu Fuß anzureisen.

Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

Seit 2021 wird als Maßnahme zur Verringerung des CO₂-Fußabdrucks allen Mitarbeiter:innen für die Anreise zum Unternehmen das Jobticket für die öffentlichen Verkehrsmittel in Form des jeweiligen Regionaltickets bzw. dessen jeweiligen Anteils am Klimaticket angeboten.

Darüber hinaus wird allen Mitarbeiter:innen eine ÖBB-Business-Card zur Bezahlung der Dienstreisen zur Verfügung gestellt, wodurch sie für Bahnfahrten nicht selbst zahlen müssen.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß

58 % - öffentliche Verkehrsmittel, Fahrrad, zu Fuß oder Kombinationen davon

42 % - überwiegend Verbrennungs-KFZ, teilweise in Kombination mit öffentlichen Verkehrsmitteln (z.B. innerhalb von Wien).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

2021: Angebot an alle Mitarbeiter:innen zur Unterstützung mit eine Jobticket in Form eines Regional-Tickets

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Derzeit keine.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Um ökologisches Verhalten zu etablieren, braucht es Wissen, Anleitung und Übung. Ein betriebliches Konzept ist hilfreich, um eine betriebliche Kultur zu entwickeln und Verhaltensgewohnheiten zu ändern.

Berichtsfragen

Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?

Da wir mit unseren Dienstleistungsangeboten insbesondere im Dienstleistungsbereich Energie + Umwelt unsere Kunden bei der Ökologisierung ihrer Prozesse beraten und unterstützen ist ökologisches Handeln ein wichtiger Teil unserer Unternehmenskultur.

Wir evaluieren unsere Auswirkungen seit 2019 in Form einer CO₂-Bilanz und kompensieren den nicht vermeidbaren Anteil, den wir weiters laufend zu verringern versuchen.

Im Einkauf streben wir langlebige, umweltschonende und reparierbare Geräte und Produkte an.

Der Fuhrpark wird sukzessive auf E-Mobilität umgestellt bzw. wird einerseits die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel zur Anreise zum Kunden und andererseits auch die Nutzung der digitalen Möglichkeiten in Form von Web-Meetings immer mehr angeboten und auch genutzt.

Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?

Bei unseren neuen Mitarbeiter:innen handelt es sich in der Regel um Spezialist:innen in den von uns angebotenen umweltrelevanten Themen, deren diesbezügliches Know-How entscheidend für die Anstellung bei uns ist.

Unsere bestehenden Mitarbeiter:innen bilden sich laufend im Rahmen Ihrer Tätigkeiten bei entsprechenden Infoveranstaltungen und Schulungen zu in der Regel ökologischen Themen weiter, um ihr Wissen und damit unsere Dienstleistungsqualität laufend zu verbessern.

Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?

Durch regelmäßige gegenseitige Vorstellung der in unseren 3 Dienstleistungsbereichen angebotenen Dienstleistungen sind die Kolleg:innen der jeweils anderen Bereiche über die aktuellen Angebote informiert. Die Beratung der Kolleg:innen zu diesen Themen wird unternehmensintern angeregt und mit zur Verfügungstellung zeitlicher Ressourcen unterstützt.

Da es sich hierbei um einen Kernbereich unseres Dienstleistungsangebotes handelt, sind darüber hinausgehend keine Sensibilisierungsmaßnahmen nötig.

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

Wir geben unseren Mitarbeiter:innen im Unternehmen aber auch im privaten Bereich die unsererseits mögliche Unterstützung, um so ökologisch zu handeln, wie ihnen möglich ist. Insbesondere

befürworten wir die interne Beratung von Kolleg*in zu Kolleg*in. Weiters sind die für Dienstreisen und An- und Abreise zur Verfügung gestellten Mobilitätskarten für öffentlichen Verkehr auch privat nutzbar.

Verpflichtende Indikatoren

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten in %
100 %

Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden in %
100 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Jobticket bzw. dessen Anteil an Regional-Tickets

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Gemeinsame Einkaufs-/Installations-Projekte für Öko-Anlagen (PV, etc.) mit Unterstützung von internen Expert:innen (und Zeit-Ressourcen dafür)

Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Wenn im Betrieb erkennbar ist, dass umweltschädliches Verhalten geduldet bzw. sogar der Verschwendung von Ressourcen Vorschub geleistet wird, dann ist das schädigend für die Gemeinschaft.

Berichtsfragen

Welche der untenstehenden Negativ-Aspekte treffen im Unternehmen zu?

Von den Negativ-Aspekten trifft bei uns lediglich die Nutzung von Nespresso-Kaffee-Tabs im St. Pöltner Büro zu. Die Tabs werden zwar recycelt aber stellen trotzdem einen hohen Verpackungsanteil dar.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale:

Ersatz der Nespresso-Kaffee-Maschine nach Ende der Nutzungsdauer durch Gerät ohne übermäßiges Verpackungsaufkommen (wie in Wien schon umgesetzt).

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Transparenz ist eine wesentliche Voraussetzung für Mitentscheidung. Wenn die Mitarbeitenden Zugang zu allen wesentlichen Informationen haben, können sie sich eine Meinung bilden und aktiv einbringen. Prinzipiell sollten alle Daten frei verfügbar und so aufbereitet sein, dass sie von Mitarbeitenden leicht verstanden werden können.

Berichtsfragen

Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?

Alle die Mitarbeiter:innen direkt betreffenden Daten, die sie für ihre Tätigkeiten benötigen, werden in unserem Projekt-Verfolgungs-Tool zur Verfügung gestellt.

Wirtschaftliche Daten werden regelmäßig in unterschiedlicher Ausprägung und Detaillierung bei den Meetings auf Team- oder Unternehmensebene vorgestellt und diskutiert. Diese Daten sind dann im Unternehmens-(Team-)-Kanal auf MS Teams einsehbar.

Alle wirtschaftlichen Daten werden in der Regel vom Sekretariat verwaltet und sind dort abrufbar, sofern sie nicht direktem Zugriff unterliegen, wie etwa Zahlungs-Informationen, etc.. Wobei auch hiervon die am häufigsten Infos im Projekt-Verfolgungs-Tool eingepflegt und somit für alle verfügbar werden.

Wie leicht/schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?

Alle Kolleg:innen verfügen über die nötigen IT-Kenntnisse und -Möglichkeit auf die Daten zugreifen zu können. Physische Hürden bestehen lediglich bei Bank-Zugängen (personenbezogener Zugang) und sensiblen Mitarbeiter-bezogenen Daten bzw. weiteren Daten, die dem Datenschutz unterliegen.

Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?

Physische Hürden bestehen lediglich bei Bank-Zugängen (personenbezogener Zugang mit entsprechenden Zeichnungsberechtigungen) und sensiblen Mitarbeiter-bezogenen Daten bzw. weiteren Daten, die dem Datenschutz unterliegen.

Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

Die wirtschaftliche Lage des Unternehmens wird bei jeder Mitarbeiter:innen -Information präsentiert, diskutiert und bei Bedarf entsprechend erklärt.

Verpflichtende Indikatoren

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %).

80% - Transparenz endet bei personenbezogenen Daten bzw. Daten, die dem Datenschutz unterliegen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Laufende Informationen im Rahmen der etablierten Meeting-Kultur.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Mitarbeitende leben mit ihren Führungskräften im unternehmerischen Alltag. Sie können am besten entscheiden, inwiefern die Führungskräfte hilfreich für die Umsetzung des Unternehmenszwecks sind. Je höher die Mitbestimmung und Korrekturmöglichkeit der Mitarbeitenden ist, desto höher ist die tatsächliche Autorität der Führungskräfte und damit auch die Bereitschaft der Mitarbeitenden, sich zu engagieren.

Berichtsfragen

Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?

Infolge unserer Größe (mit derzeit 30 Mitarbeiter:innen) und Struktur (organisiert in 3 Teams) haben wir eine sehr flache Organisationsstruktur mit der Teamebene und einer Führungsebene (Teamleiter:innen mit GF, die auch Eigentümer:innen sind).

Bei einem Team ergab sich bisher infolge der Teamgröße der Bedarf eines Teamleiter-Stellvertreters, der vom Teamleiter nach Abstimmung mit dem Team und den anderen Führungskräften festgelegt wurde.

Unser gewerberechtlicher Geschäftsführer für das Gewerbe des Planungs-Büros für Elektrotechnik wurde infolge der persönlichen Vorqualifikationen und Befugnisse dafür ausgewählt.

Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?

Die Mitwirkungsmöglichkeiten der Teammitglieder betrifft alle sie betreffenden Entscheidungen bis hin zur Mitentscheidung bei der Auswahl neuer Mitarbeiter:innen.

Für die Auswahl der Führungskräfte ergab sich dafür bisher kein Bedarf.

Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

Feedback wird in den mindestens einmal jährlich stattfindenden Mitarbeiter:innen -Gesprächen eingeholt. Wo möglich wird auf die Bedürfnisse und Wünsche der Mitarbeiter:innen eingegangen, bzw. werden auch andere betreffende Änderungen mit diesen gegebenenfalls bis hin zu allen Mitarbeiter:innen abgestimmt und umgesetzt.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Gespräch/Mitgestaltung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden.

Bisher ein Teamleiter-Stellvertreter, da alle anderen Führungskräfte auch Eigentümer:innen im Unternehmen sind.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Bestellung des gewerberechtl. GF für Elektrotechnik auf Basis der persönl. Qualifikation

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Aufbau eines erweiterten Strategie-Kreises

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Prinzipiell haben die Mitarbeitenden sowohl die Fach- als auch die Praxiskompetenz in ihrer jeweiligen Arbeitsumgebung. Auf der unmittelbaren Teamebene treffen die Mitarbeitenden möglichst eigenverantwortlich, dezentral und umfangreich ihre Entscheidungen. Auf allen anderen Ebenen gibt es über das Bottom-up-Prinzip eine Mitentscheidungsmöglichkeit. Mitentscheidung heißt auch Mitverantwortung. Das Recht auf Mitentscheidung basiert auf der Bereitschaft der Mitarbeitenden, sich aktiv zu informieren und sich entscheidungsfähig zu machen. Das Unternehmen schafft die Voraussetzungen dafür und unterstützt die Mitarbeitenden auf diesem Weg.

Berichtsfragen

Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?

Unser Bestreben ist, die Mitarbeiter:innen bei allen sie betreffenden Entscheidungen mit einzubeziehen. Dies betrifft insbesondere die Auswahl neuer Mitarbeiter:innen und langfristig relevante Grundsatzentscheidungen. Die Änderungsvorschläge werden auf Vorschlag von den Mitarbeiter:innen oder von den Führungskräften auf relevanter Ebene (Persönlich, Team, Unternehmen) diskutiert und abgestimmt und nach Möglichkeit mehrheitlich entschieden. Auf Basis dieser Abstimmung erfolgt die endgültige Entscheidung auf Führungsebene, wobei versucht wird, den Wünschen der Mitarbeiter:innen soweit möglich zu folgen.

Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?

Bisher wurden sehr gute Erfahrungen mit der Partizipation der Mitarbeiter:innen bei Entscheidungen gemacht. Bei den Maßnahmen aus dem Fit2Work-Projekt, die auf Vorschlag der Mitarbeiter:innen entwickelt und umgesetzt werden, zeigt sich eine sehr hohe Akzeptanz.

Auch die Homeoffice-Regelung, die basierend auf einer anonymen Mitarbeiter:innen -Befragung mit darauffolgendem Workshop im Rahmen einer Mitarbeiter:innen -Info-Veranstaltung diskutiert und beschlossen wurde, wird von den Mitarbeiter:innen sehr gut angenommen.

Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

Die Mitarbeiter:innen sind es gewohnt, in ihrer Rolle als Projektleiter:innen laufend Verantwortung zu übernehmen. Ausgehend von dieser Erfahrung ist es unser Bestreben Entscheidungen möglichst im Kreise der Betroffenen zu treffen (Subsidiaritätsprinzip) bzw. deren Vorschläge entscheidend in

Diskussionen mit den Führungskräften einzubeziehen. Dies führt in Summe zu wesentlich schnelleren und im Nachhinein gesehen besseren Entscheidungen als ohne die Mitwirkung der Mitarbeiter:innen .

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %).

80 % aller Entscheidungen werden unter Einbeziehung der Mitarbeiter:innen getroffen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Maßnahmen aus Fit2Work-Projekt

Erarbeitung der Homeoffice-/Teleworking-Regelung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine

Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates

Ein Betriebsrat bzw. Personalrat ist in vielen europäischen Ländern ein Gremium für die ArbeitnehmerInnen und schützt deren Interessen im Unternehmen. Idealerweise befruchten einander Betriebsrat und Geschäftsführung und arbeiten auf Augenhöhe.

Berichtsfragen

Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?

Nein, es gibt keinen Betriebsrat.

Bisher gab es keine Initiative zur Bildung eines Betriebsrates, da infolge unserer Größe (30 Mitarbeiter:innen) ein sehr gutes, direktes persönliches Verhältnis von allen Mitarbeiter:innen untereinander und zu den Führungspersonen besteht. Unsere „offene Tür Politik“ bedeutet, dass die Mitarbeiter:innen mit allen Anliegen jederzeit zu den Teamleiter:innen bzw. Geschäftsführern kommen können, und dies auch tun.

Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?

Wir versuchen durch unsere Gesprächsstruktur und -kultur auf Mitarbeiter:innen -, Team- und Unternehmens-Ebene allen für das Zusammenleben und – arbeiten wichtigen Themen zu adressieren. Dies beruht insbesondere darauf, dass wir aktiv auf die Mitarbeiter:innen zugehen, um Themen-Vorschläge jeder Art zur Behandlung in den jeweiligen Gesprächen zu erhalten.

Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?

Wir unterstützen die Mitarbeiter:innen dabei, ihre Anliegen direkt vorzubringen. Bisher wurde dieser persönliche Zugang immer sehr geschätzt und die Möglichkeit der Gründung eines Betriebsrates von den Mitarbeiter:innen noch nicht in Erwägung gezogen.

Verpflichtende Indikatoren

Betriebsrat: vorhanden/nicht vorhanden; seit wann?

Kein Betriebsrat vorhanden

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale:

Keine Verbesserungspotentiale

D1 Ethische Kund:innen beziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund:innen

Informationen über Unternehmen und Produkte sind auf die Bedürfnisse der KundInnen ausgerichtet, authentisch, umfassend und ehrlich. Der Umgang mit Reklamationen ist pragmatisch und lösungsorientiert, die Rückmeldungen fließen in die Verbesserung der Produkte, Dienstleistungen und unternehmensinternen Abläufe ein. Ein wertschätzender und zurückhaltender KundInnenkontakt sowie eine hohe Qualität der Produkte und Dienstleistungen führen zu Weiterempfehlungen der KundInnen.

Berichtsfragen

Wie werden neue Kund:innen gewonnen und wie Stammkund:innen betreut?

Die Neukundengewinnung erfolgt basierend auf folgenden Punkten:

- Ausführliche Information über unsere Dienstleistungen auf unserer Homepage
- Laufende Gratis-Webinare zu aktuellen Themen unserer Dienstleistungsbereiche für Kund:innen und Interessierte (zB neue Umwelt-Gesetze, CO2-Bilanzierung, Klimaneutralität, Taxonomie, etc.)
- Kostenlose Vorträge zu unseren Themen bei öffentlichen Veranstaltungen, zu denen sich Interessierte anmelden können
- Vorstellung unserer Dienstleistungen bei Branchen-/Interessens-Vertretungen, falls das für die jeweiligen Vertreter:innen interessant ist
- Mitgliedschaft und Mitarbeit bei Vereinen, die für uns wesentliche gesellschaftliche Themen behandeln (ÖWAV, ÖGUT, DECA, B.E.U.C. NÖ, IG Wind, respACT, Plattform St. Pölten)
- Teilnahme bei Ausschreibungen von öffentlichen und privaten Organisationen
- Auf Anfrage erfolgt die Vorstellung der jeweils interessanten Dienstleistungen.
- Basierend auf dem identifizierten und abgestimmten Kundennutzen erfolgt die Angebotslegung.

Unser Ziel sind langfristige Kunden-Beziehungen. Die Zufriedenheit unserer Kund:innen streben wir wie folgt an:

- qualitätsvolle und kundennutzen-orientierte Leistungserbringung unter Einhaltung der vereinbarten Parameter (Termin, Leistung, Kosten)
- Eine Haupt-Ansprechpartner*in für jedes unserer Projekte für die Kund:innen mit laufendem Kontakt während der Projektlaufzeit
- Kundenbefragung nach jew. Projekt-Abschluss bzw. bei Dauer-Kunden min. einmal jährlich zur Zufriedenheit mit unserer Dienstleistung
- Gratis Informations-Angebot für Kund:innen zu auftragsfremden, aber für die Kund:innen nützlichen Themen (Gratis-Webinare)

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund:innen nutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

Für uns steht der Kund:innen nutzen im Mittelpunkt: Dies bedeutet etwa bei der Legal Compliance Beratung, dass wir auf Kundenwunsch unsere Beratungsdienstleistung nicht nur mit unserer eigenen Software-Lösung durchführen, sondern auch entweder beim Kunden bereits etablierte Software servicieren oder die Nutzung der Software von Partner-Organisationen unterstützen, die den Bedürfnissen der Kund:innen besser entsprechen. Uns ist klar, dass wir damit kurzfristig weniger Umsatz erzielen, aber so eine langfristig höhere Kundenzufriedenheit und damit einhergehende Kunden-Beziehung aufbauen können.

Dieser Ansatz gilt für alle unsere Dienstleistungsbereiche in entsprechend thematisch angepasster Form.

In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?

Wir streben Werbemaßnahmen an, in denen wir durch unser Know-How und der Weitergabe von für die Adressat:innen nützlicher Information Werbung für uns machen. Die Initiative, diese Information wahrzunehmen, geht von den Kund:innen aus. Dies sind:

- Vorstellung von aktuellen Themen auf unserer Homepage, zusätzlich zur Dienstleistungsdarstellung
- Gratis Webinare zu aktuellen Themen
- Beiträge in Fachzeitschriften zu aktuell für Kund:innen interessanten Themen
- Mitarbeit unserer Expert:innen an Fachbüchern (Austrian Standards, WEKA)
- Vorträge bei Fach-Veranstaltungen
- Nutzung der Informationskanäle (Aussendungen, Veranstaltungen) von Förderstellen, die unsere Dienstleistungen fördern
- Vortragstätigkeit unserer Expert:innen in Ausbildungsreihen von Partner-Organisationen (z.B. Quality Austria)

Wie wird auf Kund:innen wünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

Bei Kund:innen wünschen und Reklamationen streben wir möglichst lösungsorientiertes Vorgehen an. Wir suchen den persönlichen Kontakt zu den jeweiligen Kund:innen, um die Wünsche bzw. Reklamationen direkt aufzunehmen und Lösungsansätze anzubieten. Hierbei wird die/der jeweilige Projektleiter*in gegebenenfalls von der Teamleitung unterstützt.

Im Zuge der Kundenbefragung nach Projektabschluss gibt es die Möglichkeit Wünsche und Reklamationen mitzuteilen und die nochmalige Kontaktaufnahmemöglichkeit zur Klärung.

Bei Dauer-(Stamm-)Kunden streben wir neben dem je nach Dienstleistung unterschiedlich intensiven, dauernden Kontakt durch die Projektleiter:innen in periodischen Abständen, idealerweise einmal jährlich den Kontakt durch die/den für die Dienstleistung verantwortliche*n Teamleiter*in an. Hierbei steht die Kund:innen -Zufriedenheit und die Erfüllung der Kund:innen wünsche im Mittelpunkt.

Verpflichtende Indikatoren

Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen

Werbung (inkl. Mitgliedschaften, Messen):

2020: 23 TEUR (1,0 % v. Umsatz)

2021: 25 TEUR (0,9 % v. Umsatz)

Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %

Unser Verkaufsmitarbeiter hat ein 100% Fix-Gehalt ohne umsatzabhängigen Bestandteil.

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein

Es gibt keine individuellen Umsatzvorgaben für Mitarbeiter:innen sondern Eigenleistungs-Ziele je Dienstleistungsbereich auf Team-Ebene. Die Ziele werden basierend auf den erreichten Eigenleistungen der Vergangenheit definiert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Infolge der reduzierten Kontaktmöglichkeit 2020 wurden die Gratis-Webinare entwickelt und seither regelmäßig mit gutem Kund:innen -Feedback angeboten.
- Verstärkte Etablierung von MS Teams-Terminen mit Kund:innen , was einerseits kundenseitig wesentlich mehr Teilnehmer:innen an den Terminen ermöglicht als bei physischen Treffen vor Ort beim Kunden und andererseits Reiseaufwand erspart.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine

D1.2 Barrierefreiheit

Barrierefreiheit betrifft die Nutz- und Bedienbarkeit des Produktes bzw. der Dienstleistung, den Zugang zu Informationen und den Ort und Vorgang des Kaufs. Physische, visuelle, technische, sprachlich-kulturelle, intellektuelle und finanzielle Hürden sind so gut wie möglich zu beseitigen.

Berichtsfragen

Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?

Wir bieten ausschließlich B2B-Dienstleistungen an und sehen keine Hürden betreffend den Kauf und der Nutzung unserer Dienstleistungen.

Welche benachteiligten Kund:innen -Gruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?

Als Beratungsanbieter zu sehr spezifischen technischen und organisatorischen Fragestellungen von privaten und öffentlichen Organisationen haben wir keine speziellen benachteiligten Kund:innen - Gruppen als Zielgruppe.

Wie wird benachteiligten Kund:innen der Zugang und die Nutzung der Produkte/Dienstleistungen erleichtert?

Wir versuchen immer mögliche Förderungen unserer Dienstleistungen für unsere Kund:innen zu identifizieren und unterstützen bei der Antragstellung und Abwicklung derselben. Förderungen stehen oft im Zusammenhang mit der Unternehmensgröße unserer Kund:innen und den damit oft nicht vorhandenen Ressourcen oder Know-How zur Antragstellung.

Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlagagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer erhalten?

Wir haben keine von der Unternehmensgröße abhängigen Tagsätze. Der Preis orientiert sich am Umfang der Leistungserbringung, von der größere Unternehmen in der Regel mehr in Anspruch nehmen (etwa mit einer Staffelung bei entsprechend großem Leistungsumfang).

Die oft von der Kund:innen -Größe abhängigen Fördermöglichkeiten für unsere Dienstleistungen ermöglichen es kleineren Unternehmen, unsere Dienstleistungen gefördert und somit günstiger in Anspruch zu nehmen.

Verpflichtende Indikatoren

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund:innen - Gruppen gekauft wird.

S.o. – wir haben keine benachteiligten Kund:innen -Gruppen, weil wir ausschließlich B2B-Dienstleister sind.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Keine Aktivitäten notwendig

Verbesserungspotenziale/Ziele: Kein Verbesserungspotential

Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

Die untenstehende Liste von einzelnen Werbemaßnahmen beschreibt Praktiken, die schwierig mit einer ethischen Kund:innenbeziehung in Einklang zu bringen sind.

Berichtsfragen

Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?

Durch strikte Einhaltung des Tele-Kommunikations-Gesetzes stellen wir sicher, dass die bei uns mögliche kritische Werbemaßnahme der Kalt- bzw. unerwünschten Akquise nicht erfolgt.

Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Keine – s.o. D1.1

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische und unethische Kampagnen entfallen.

Ethische Kampagnen: 100%

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale: Keine Verbesserungspotentiale

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Kooperation mit Mitunternehmen zeigt sich in einer freundschaftlichen, kooperativen Grundhaltung auf Augenhöhe gegenüber Mitunternehmen der gleichen Branche und darüber hinaus.

Kooperierende Unternehmen beschäftigen sich mit einer gemeinsamen Zielsetzung und -erreicherung, um eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten zu fördern. Unternehmen arbeiten gemeinsam an Lösungen und Angeboten, die die Bedürfnisse der Kund:innen erkennen und bedienen, sodass alle Beteiligten erfolgreich sein können.

Berichtsfragen

Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?

In Abhängigkeit vom Kundenbedarf kooperieren wir mit langjährigen Projektpartner:innen zur Erbringung der von uns nicht abgedeckten bzw. zur Erweiterung unserer Dienstleistungen. Die Partner teilen sich einerseits in IT-Dienstleister:innen, die Software bereitstellen und zugehörige Dienstleistungen im Rahmen der Projekte erbringen. Andererseits sind es inhaltliche Dienstleistungspartner:innen zur Ergänzung unserer Expertise.

Es handelt sich hierbei um langjährige Projektpartner:innen (mehrheitlich über 10 Jahre) aus Österreich und den benachbarten Kunden-Ländern. Die Dienstleistungsanteile und Vergütung werden je Kundenanforderungen einvernehmlich vereinbart.

Unser Ziel ist dabei, durch die Kooperation die Kund:innen -Anforderungen so gut wie möglich zu erfüllen und deswegen inhaltlich (bei von uns nicht angebotener Expertise oder Angeboten) oder umfangreich (bei Bedarf an quantitativer Erweiterung unserer inhaltlichen Dienstleistungs-Ressourcen) mit Mitunternehmen zu kooperieren.

Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?

Wir wollen einerseits bestehende Kooperationen weiterhin beibehalten und vertiefen, und sind andererseits laufend auf der Suche nach neuen thematischen Mitunternehmen, um unser Angebot zur Sicherung der Kundenwünsche laufend zu erweitern.

In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?

Da wir in allen unseren 3 Dienstleistungsbereichen mit Mitunternehmen kooperieren, gibt es keinen speziellen Bereich, der diesbezüglich hervorgehoben werden kann.

Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

Zur Erhöhung von Branchenstandards bringen wir uns einerseits bei Interessensvertretungen gemeinsam mit Mitunternehmen ein (z.B. DECA) und sind andererseits in Normierungsausschüssen von Austrian Standards aktiv (z.B. bei Normierungen zu Umweltmanagement oder Compliance Management Systemen).

Verpflichtende Indikatoren

Wie hoch ist der investierte Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil)

Ca. 30 % unseres Ressourcenaufwandes zur Entwicklung von neuen Dienstleistungen gehen in Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden.

Wie viel Prozent von Zeit/Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/erzielt:

- Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional): **80 %**
- Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen: **5 %**
- Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe: **5 %**

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: x/3)

- Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards
2/3: ÖGUT-Mitgliedschaft, respACT-Mitgliedschaft, ÖWAV
- Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying)
0,5/3: Normierungsarbeit bei Austrian Standards

- Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards
0,5/3: DECA, Compliance Netzwerk

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Mitarbeit bei den genannten Initiativen

Verbesserungspotenziale/Ziele: keine

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmern

Solidarität mit Mitunternehmern zeigt sich im Zusammenhalt und in wechselseitiger uneigennütziger Unterstützung in schwierigen Situationen oder bei Engpässen. Dieses Zusammenhalten kann durch die Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen, finanziellen Mitteln und Technologie gelebt werden. Es werden keine Gegenleistungen erwartet. Die Hilfe zur Selbsthilfe steht im Vordergrund, ohne zu viel Eigenverantwortung abzunehmen.

Berichtsfragen

In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Unser Engagement in den Vereinen, bei denen wir Mitglied sind, stellt Tätigkeiten dar, die wir auch entgeltlich anbieten, bei diesen Vereinen aber gratis erbringen. Diese Tätigkeiten kommen nicht nur den inhaltlichen, gesellschaftlichen Zielsetzungen der Vereine, sondern auch den anderen Mitgliedsunternehmen zugute.

Darüber hinaus stellen wir einem Beratungs-Einzelunternehmer, der im Ruhestand ist, aber immer noch einzelne Beratungen erbringt und über keine Büro-Infrastruktur verfügt, bei Bedarf die Unterstützung durch unsere Infrastruktur und Sekretariat (ca. 15-20 Stunden pro Jahr) unentgeltlich zur Verfügung.

Für uns als Beratungsunternehmen stellt solidarisches Handeln auch die Einladung von Mitunternehmern zu gemeinsamen Angeboten dar, ohne dass diese oder wir uns in einer Notsituation befinden. Dies gilt bei guter, vertrauensvoller Partnerschaft wechselseitig und stellt aber keine Weitergabe eines Auftrages dar.

Wenn wir infolge interner Ressourcen-Engpässe Kund:innen -Anfragen nicht erfüllen können, verweisen wir auf potenzielle Mitunternehmern, die die Leistung ebenfalls erbringen könnten.

Nur in Ausnahmefällen erfahren wir, ob ein von uns genannter Mitunternehmer zum Zuge kam, und führen darüber keine Aufzeichnungen.

Verpflichtende Indikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeiter:innen stunden wurden an Unternehmen ...

anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

0

der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

ca. 15-20 Stunden pro Jahr

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen ...

anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

keine Aufzeichnungen über Anzahl oder Umfang

der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

keine Aufzeichnungen über Anzahl oder Umfang

(%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge)

keine Aufzeichnungen über Anzahl oder Umfang

Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen ...

anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

keine

der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn)

keine

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kein Verbesserungspotenzial

Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Es wird eine Grundhaltung verfolgt, die ein schädigendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen zeigt. Im Vordergrund stehen dabei das bessere Darstellen des eigenen Unternehmens und der Versuch, den Mitunternehmen Nachteile, Blockaden und Verluste zukommen zu lassen. Ziele und

Erfolge schließen einander gegenseitig aus. Der eigene Erfolg geht auf Kosten anderer Unternehmen bzw. der Kund:innen (Win-Lose-Situationen).

Berichtsfragen

In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?

Infolge unserer Größe und Eigenschaften verfügen weder über die Absicht noch über die Marktmacht, um Mitunternehmen zu schaden oder sie zu blockieren.

Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern bzw. wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

Unser Ziel ist es eines der führenden Unternehmen auf unserem Gebiet zu sein. Das aber basierend auf der Qualität und Art unserer Dienstleistungen und nicht durch Verdrängung oder Benachteiligung von Mitunternehmen.

Verpflichtende Indikatoren

Findet ein wertender Vergleich (besser/schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt?

Nein

Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?

Nein

Werden geheime/verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?

Nein

Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kund:innen oder Produzent:innen in der Unternehmensstrategie verankert?

Nein

Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/Forschung/Innovation blockieren könnten bzw. sollen?

Nein

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale: keine

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)

Die Nutzung sollte so konsistent bzw. effizient wie möglich sein. Konsistent bedeutet, dass sich das Produkt in natürliche Kreisläufe einfügt und durch die Nutzung und Entsorgung keine oder kaum ökologische Auswirkungen erzeugt werden. Effizient bedeutet bezogen auf ökologische Auswirkungen, dass das Produkt ein möglichst gutes Verhältnis von Nutzen- bzw. Bedürfnisbefriedigung zu negativen ökologischen Auswirkungen hat.

Berichtsfragen

Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?

Die ökologische Auswirkung unserer Beratungs-Dienstleistung ist in der Regel die potenzielle oder tatsächliche Verringerung der ökologischen Auswirkungen unserer Kund:innen basierend auf unseren Empfehlungen.

Es gibt in der Regel keine negativen ökologischen Auswirkungen durch die Nutzung unserer Dienstleistungen und keine Entsorgung.

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?

Wir haben keine Aufzeichnungen über die ökologischen Auswirkungen infolge unserer Dienstleistungen (Beratungen), da diese vom Grad der Umsetzung unserer Empfehlungen abhängt, auf den wir keinen Einfluss bzw. von dem wir nur fallweise Kenntnis haben.

Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?

Die direkten ökologischen Auswirkungen unserer Dienstleistungen erheben wir regelmäßig und streben an, diese vollständig zu neutralisieren – s. vorne.

Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

Die Reduzierung ökologischer Auswirkungen bei den Kund:innen ist Kernbestandteil unseres Beratungsangebotes.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

2021: Entwicklung der Dienstleistungen für klimaneutrale Unternehmen und Produkte (CO2-Bilanz auf Unternehmens- und Produkt-Ebene, Klimaschutzstrategie)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Evaluierung der Umweltauswirkungen bei Kund:innen basierend auf unseren Beratungen

D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

Neben der effizienteren Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen ist vor allem eine maßvolle (suffiziente) Gesamtnutzung notwendig, da letztlich nur dies zu einer gesamtgesellschaftlichen Reduktion der ökologischen Auswirkungen führt. Die Reduzierung der Gesamtnutzung erfordert von Unternehmen ein stärkeres Umdenken als die Effizienz- und Konsistenzbedingungen. Sie widerspricht aus wirtschaftlicher Perspektive der aktuell vorherrschenden Wachstumsprämisse; gleichzeitig sollte Kund:innen und KonsumentInnen die „verantwortungsvolle Freiheit“ zugestanden werden, selbst zu entscheiden, welchen Anteil der ihnen theoretisch zustehenden ökologischen Auswirkungen sie z.B. in Ernährung, Mobilität oder Wohnen investieren möchten. Geschäftsmodelle, die auf einer Reduzierung des Konsums von materiellen Gütern aufbauen und Immateriellem einen höheren Stellenwert zukommen lassen, unterstützen einen suffizienten Gesamtnutzen.

Berichtsfragen

Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?

Suffizienz stellt einen der Inhalte unserer Beratungs-Aktivitäten dar und somit als inhaltliches Beratungs-Angebot an unsere Kund:innen in unseren Dienstleistungen verankert.

Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?

S.o. – ist Teil unseres Beratungsangebotes.

Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

S.o. – ist Teil unseres Beratungsangebotes.

Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?

Unser Beratungsangebot im Dienstleistungsbereich Energie + Umwelt zielen zu 100% auf eine maßvolle Nutzung ab, in den Dienstleistungsbereichen Technik + Recht und Wirtschaft + Innovation erfolgt dies teilweise ebenfalls.

Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund:innen und Konsument:innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

Wir informieren unsere Kund:innen über die direkten Auswirkungen unserer Dienstleistungen bzw. über deren Neutralisierung.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Klimaneutrale Erbringung unserer Dienstleistungen –(s. später bei E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Evaluierung der Umweltauswirkungen bei Kund:innen basierend auf unseren Beratungen

Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

Es werden Handlungen bewertet, die analog zu den beiden Positivaspekten unverhältnismäßig hohe ökologische Auswirkungen mit sich bringen. In Anlehnung an das Konzept der planetaren Belastungsgrenzen bedeutet das eine Überschreitung dieser Grenzen.

Berichtsfragen

In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?

Das ist infolge der Art unserer Dienstleistungen nicht möglich, wir helfen die ökologischen Auswirkungen zu reduzieren.

Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

Das ist infolge der Art unserer Dienstleistungen nicht möglich, wir helfen die ökologischen Auswirkungen zu reduzieren.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: keine Umsetzungspotenziale

Verbesserungspotenziale: Keine Verbesserungspotenziale

D4 Kund:innen -Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund:innen -Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Mitwirkung gibt den KundInnen eine Stimme und erfordert eine ungefilterte Kommunikation bis zur Geschäftsleitung. Die gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung greift Ideen und Wünsche von Kund:innen auf, um bestehende Produkte zu verbessern, neue Produkte zu entwickeln oder deren Verbreitung unter den Kund:innen zu ermöglichen. Produkte, die den Kriterien der Nachhaltigkeit gut entsprechen, sollten besonders beachtet werden. Marktforschung dient der Optimierung von KundInnenbedürfnissen und der Befähigung von Kund:innen zu Entscheidungen in ihrem Interesse.

Berichtsfragen

Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund:innen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?

Unsere Beratungs-Dienstleistungen sind in überwiegendem Maße infolge von Kund:innen - Anforderungen entstanden oder werden bei Neuen gemeinsam mit den Kund:innen in der Angebotsphase entwickelt.

Basierend auf Kund:innen -Wünschen präsentieren wir den Kund:innen in unserem Angebot einen Vorschlag der Vorgehensweise während des Beratungsprojektes der dann bis hin zur Beauftragung entsprechend den Kund:innen -Vorstellungen noch weiter adaptiert wird.

Auch unsere über die Jahre mit den Kund:innen entwickelten Standard-Beratungs-Dienstleistungen werden auf die jeweiligen Kund:innen entsprechend ihren Wünschen angepasst.

Diese Vorgehensweise und Anpassungs-Möglichkeit wird den Kund:innen generell kommuniziert.

Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund:innen entwickelt?

Da unsere Dienstleistungen generell Nachhaltigkeitsaspekte unserer Kund:innen adressieren gilt die oben beschriebene partizipative Dienstleistungsentwicklung in allen Bereichen.

Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Wir führen keine Marktforschung durch, sondern entwickeln unsere Dienstleistungen basierend auf den Wünschen bestehender Kund:innen bzw. von potenziellen Neukund:innen kontinuierlich weiter.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund:innen entstanden sind.

100 %

Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund:innen entstanden sind.

100 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale/Ziele: Keine

D4.2 Produkttransparenz

Mit der Produkttransparenz wird die öko-soziale (Höher-)Wertigkeit der Produkte und Dienstleistungen erkennbar und die Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette nachvollziehbar. Dies dient der fairen Preisbildung und der Diskussion mit den PartnerInnen in der Wertschöpfungskette, einschließlich der interessierten Öffentlichkeit.

Berichtsfragen

Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?

Das prinzipielle Vorgehen bei unseren Beratungen wird auf unserer Homepage vorgestellt und konkret im Zuge der Projektanbahnungs- und Angebotslegungs-Phase unseren Kund:innen gegenüber konkret und transparent offengelegt.

Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?

Wir haben bei unseren Beratungs-Dienstleistungen zwar keine physischen Inhaltsstoffe, legen aber unsere geplanten Methoden, Quellen und Vorgehensweisen vollständig offen.

Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?

Die Preisfindung orientiert sich am Umfang unserer Beratungsleistungen (üblicherweise basierend auf einem Tagsatz), der vor Projektbeginn entsprechend unseren Erfahrungen und Wünschen der Kund:innen so gut wie möglich abgeschätzt wird und dann entsprechend der tatsächlich erbrachten Leistungen verrechnet wird.

Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

Sozioökologische Belastungen werden durch unsere Dienstleistungen nicht zusätzlich hervorgerufen und durch unsere Beratungsleistungen positiv beeinflusst (also reduziert).

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes).

Wir haben keine Produkte mit Inhaltsstoffen.

Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes).

100 %

Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen.

keine

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale/Ziele: Keine

Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfragen

Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund:innen oder die Umwelt?

Nein

Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

Nein

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchs-Risiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes).

0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale/Ziele: Keine

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

Berichtsfragen

Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

ConPlusUltra erbringt Dienstleistungen in drei Geschäftsbereichen, die sich jeweils durch einen klar definierten inhaltlichen Fokus sowie eine spezifische Zusammensetzung der angesprochenen Ziel- und Kundengruppen auszeichnen. Für jeden der drei Bereiche hat das Unternehmen bereits vor der Erstellung der Gemeinwohlbilanz eine strategische Positionierung sowie Handlungsgrundsätze anhand der SDGs ausgearbeitet. Kurz zusammengefasst stellt sich die Sinnstiftung bzw. die Erfüllung von Grundbedürfnissen pro ConPlusUltra Geschäftsfeld wie folgt dar:

Technik + Recht

Starke Bezugnahme auf die SDG 8 (Menschenwürdige Arbeit & Wirtschaftswachstum), SDG 9 (Industrie, Innovation, Infrastruktur) sowie SDG 12 (Nachhaltige/r Konsum & Produktion).

Vorrangig adressierte Grundbedürfnisse: 1) Lebenserhaltung / Gesundheit / Wohlbefinden, 2) Schutz / Sicherheit, 4) Verstehen / Einfühlung, 5) Teilnehmen / Geborgenheit, 7) Kreatives Schaffen, 8) Identität / Sinn.

Energie + Umwelt

Im Vordergrund stehen hier SDG 7 (Bezahlbare und saubere Energie) und SDG 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz).

Vorrangig adressierte Grundbedürfnisse: 1) Lebenserhaltung / Gesundheit / Wohlbefinden, 2) Schutz / Sicherheit, 4) Verstehen / Einfühlung, 5) Teilnehmen / Geborgenheit, 7) Kreatives Schaffen, 8) Identität / Sinn, 9) Freiheit / Autonomie.

Wirtschaft + Innovation

In erster Linie ausgerichtet auf SDG 8 (Menschenwürdige Arbeit & Wirtschaftswachstum), SDG 9 (Industrie, Innovation, Infrastruktur), SDG 11 (Nachhaltige Städte und Gemeinden) sowie SDG 17 (Partnerschaften zur Erreichung der Ziele).

Vorrangig adressierte Grundbedürfnisse: 1) Lebenserhaltung / Gesundheit / Wohlbefinden, 4) Verstehen / Einfühlung, 5) Teilnehmen / Geborgenheit, 7) Kreatives Schaffen, 8) Identität / Sinn, 9) Freiheit / Autonomie.

Über alle Geschäftsbereiche hinweg trägt ConPlusUltra durch die eigene Weiterbildungsakademie ebenso wie durch den Kapazitätsaufbau in öffentlichen Organisationen und in Europäischen Kooperationsprojekten sowie dem Wissenstransfer in die Zielländer internationaler Organisationen auf vielen Ebenen auch zu SDG 4 (Hochwertige Bildung) bei. Wir betrachten SDG4 als Nachhaltigkeitsschwerpunkt, der alle neun Grundbedürfnisse unterstützt.

Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?

Die klare Orientierung an den jeweiligen Zielgruppen, ihrem Lebens- und Arbeitsumfeld und den daraus erwachsenden Herausforderungen stellt in den Tätigkeitsfeldern der ConPlusUltra sicher, dass alle Dienstleistungen des Unternehmens einen profunden Nutzen für die Kunden und deren Umfeld erbringen. Zahlreiche Dienstleistungen werden in abgestuften Ausgestaltungen erbracht, sodass in jedem Fall die grundlegenden Erfordernisse für die entsprechend der Lebens- und Arbeitssituation der jeweiligen Zielgruppen abgedeckt werden und darüber hinaus weitere, kontinuierliche Verbesserungen für die Nutzer:innen ermöglicht werden.

ConPlusUltra produziert generell keine Luxusprodukte oder -dienstleistungen. Diese widersprechen dem Nachhaltigkeitsverständnis des Unternehmens wie auch den Effektivitäts- und Effizienzerwartungen der Kunden hinsichtlich der Dienstleistungen des Unternehmens.

In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

Wie bereits in der Antwort nach den erfüllten Grundbedürfnissen ausgeführt, erbringt ConPlusUltra Beratungsdienstleistungen, die das Bedürfnis der Menschen nach persönlichem Wachstum bzw. Gesundheit unterstützen

- durch Kompetenzaufbau im Management ihrer beruflichen Aufgaben, durch den Arbeitnehmer:innen schutz in Betrieben,
- durch Beiträge zur sinnvollen und effizienten Nutzung von Energie und Ressourcen und für einen Zugang zu leistbaren Energiedienstleistungen für Menschen in unterschiedlichen Lebensumfeldern,
- durch die Beratung von Innovationsteams und Unternehmen mit Entwicklungsprojekten im Bereich Innovation und Nachhaltigkeit,
- sowie durch die Unterstützung einer zukunftsorientierten und bedarfsgerechte Regionalentwicklung unter Einbindung breiter Bevölkerungsgruppen.

Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Diese Frage wurde ebenfalls bereits im ersten Unterpunkt mit Verweis auf die vorrangig adressierten SDGs und die daraus abgeleiteten Handlungsgrundsätze der ConPlusUltra beantwortet. Die entsprechenden Dienstleistungen werden von ConPlusUltra für lokale Kunden ebenso wie im regionalen, überregionalen und internationalen Kontext erbracht.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

- Erfüllte Bedürfnisse:
 - Grundbedürfnisse (100 %)
 - Statussymbole bzw. Luxus (0 %)
- Dient der Entwicklung ...
 - der Menschen (50 %)
 - der Erde/Biosphäre (50 %)
- Löst gesellschaftliche oder ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen (100 %)
- Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:
 - Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen (100 %)
 - Hemmender bzw. Pseudo-Nutzen (0 %)
 - Negativ-Nutzen (0 %)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Orientierung unserer Dienstleistungen an den SDGs

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Umsetzung der Maßnahmen des SDG-Prozesses

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?

Die Bildung und Weiterentwicklung von bzw. Mitwirkung in Netzwerken und anderen „Communities“ Gleichgesinnter, seien es Nutzer:innen der ConPlusUltra Dienstleistungen, Interessierte an den vom Unternehmen mit seinen Dienstleistungen angesprochenen Themenbereichen, Kooperationspartner u/o Mitbewerber:innen sowie die Vernetzung mit den eigenen Mitarbeiter:innen und Stakeholder:innen /Akteur:innen an den Unternehmensstandorten wird von ConPlusUltra proaktiv betrieben.

Wir sind bereit, eigene Leistungen und Beiträge zu diesen Communities zu erbringen und Engagement auch jenseits des direkten wirtschaftlichen Nutzens zu zeigen, insbesondere wenn die Aktivitäten der Communities der Ausrichtung von ConPlusUltra auf Nachhaltigkeit in ihren unterschiedlichen Ausprägungen entsprechen. Wir wertschätzen das Engagement unserer Mitarbeiter:innen in sozialen, beruflichen und privaten Netzwerken und unterstützen konkrete Projekte, die von den Mitarbeiter:innen aufgrund von deren freiwilligem Engagement an das Unternehmen herangetragen werden.

Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?

Ergänzend zu den Erläuterungen zur vorangegangenen Frage können hier folgende regelmäßige Aktivitäten von ConPlusUltra angeführt werden:

- Jahrelange Unterstützung von Licht ins Dunkel durch Sponsoring der CD-Produktion
- Unterstützung von Engineers without Frontiers bei der Umsetzung von Projekten in Ländern des globalen Südens
- Unterstützung ausgewählter Entwicklungsprojekte mit Fokus auf ökologische und soziale Nachhaltigkeit als Teil des CO2-Kompensationsplans der ConPlusUltra
- Ermöglichung von bezahlten Freistellungen für Kolleg:innen, die sich in ihrem Lebensumfeld durch Freiwilligenarbeit und soziales Engagement einsetzen (Feuerwehr, Pfadfinder, Sozialprojekte)

Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung, Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

Wir verstehen alle Mitarbeiter:innen der ConPlusUltra als Träger:innen der Nachhaltigkeitswerte des Unternehmens und sind überzeugt, dass durch deren Verhalten in ihrem beruflichen wie auch privaten Umfeld jede und jeder auf vielfache Weise als Beispiel und Multiplikator für Nachhaltigkeit im ökologischen, sozialen wie auch ökonomischen Zusammenhang wirkt.

Mit unseren Wissenstransfer- und Bildungsaktivitäten unterstützen wir den Kompetenzaufbau und die Wissenserweiterung sowohl bei Expert:innen aus dem Unternehmenssektor und aus öffentlichen Institutionen. Durch fachliche Schulungen im Bereich Legal Compliance bzw. zu Energiethemen tragen

wir zur langfristigen Entwicklung eines Nachhaltigkeitsverständnisses bei unseren Kundengruppen bei. In internationalen Kooperations- und Strategieprojekten arbeiten wir daran, die Rahmenbedingungen und unterstützenden Fördermaßnahmen zu entwickeln, die über unser regionales Umfeld hinausgehend zu Verhaltensänderungen und – langfristig – zur Übernahme eines nachhaltigeren Lebensstils führt.

Verpflichtende Indikatoren

Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr

s.o.

Anzahl der erreichten Menschen, z. B. Leser:innen , Besucher:innen

bisher gab es dazu keine Messungen /Zählungen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale/Ziele: Keine

Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?

Uns sind keine negativen Auswirkungen unserer Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen bekannt. Es ist uns ein Anliegen, keine direkten oder indirekten negativen Auswirkungen unserer Tätigkeit zuzulassen. Vielmehr setzen wir insbesondere im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit Maßnahmen um, um die Existenz von Lebewesen auf der Erde langfristig zu sichern.

Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

In jedem Tätigkeitsbereich der ConPlusUltra ist die Ermächtigung von Menschen in ihrem Handeln im Sinn der drei Säulen der Nachhaltigkeit ein Anliegen, das die Basis aller Dienstleistungen des Unternehmens darstellt. Dadurch wird im weiteren Sinne ein Beitrag zum Erhalt eines lebenswerten Planeten Erde geleistet.

Verpflichtende Indikatoren

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen:

0 %

Kund:innen anteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben:

0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale/Ziele: Keine

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Berichtsfragen

Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z. B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?

Wir tragen zur Sicherung des Gemeinwesens durch uneingeschränkte die Entrichtung aller vorgeschriebenen Steuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen bei (2021: 31 % und 2020 34 % v. Jahresumsatz).

Es erfolgt jährlich eine Spende von rund 1% des erwarteten Gewinns (2 TEUR) an Sozial-Projekte (Licht ins Dunkel, Caritas).

Die Kompensation der noch vorhandenen CO2-Emissionen erfolgt durch Investition in sozial-ökologische Projekte. (2021: 0,6 % des erwarteten Gewinns)

Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z. B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?

ConPlusUltra nimmt nationale und Europäische Förderungen in zweierlei Hinsicht in Anspruch:

Als Projektpartner transnationaler Konsortialprojekte bringt das Unternehmen sein Wissen und seine Personalkapazitäten insbesondere in Projekte im Bereich Regionalentwicklung und Innovation sowie zu vielfältigen Energiethemen ein. Schwerpunkte sind dabei der Wissenstransfer sowie die Überführung von Forschungsergebnissen in Pilotumsetzungen. Ferner übernimmt ConPlusUltra häufig in diesen Projekten eine strategische Rolle und erarbeitet mit und für die Projektpartner Aktionspläne, Umsetzungsstrategien und Politikempfehlungen in den Schwerpunktbereichen des Unternehmens.

Die Projektleistungen in nationalen und Europäischen Konsortialprojekten werden im Rahmen von Förderprogrammen erbracht und ConPlusUltra erhält dafür Förderbeträge, die sich anhand der vorgegebenen Förderquote in % der anrechenbaren Projektkosten berechnen. Dabei ist in vielen Fällen ein Ko-Finanzierungsanteil von Seiten des Unternehmens erforderlich, wodurch sich ein über das Eigeninteresse hinausgehendes Engagement von ConPlusUltra als Projektpartner ausdrückt.

Der zweite Anwendungsfall, bei dem ConPlusUltra als Fördernehmer in Erscheinung tritt, ist die Durchführung eigener, vom Unternehmen zur Förderung eingereichter und von nationalen Förderstellen bewilligter Innovationsprojekte. Förderungen wurden in diesem Zusammenhang in den letzten Jahren u.a. für die Entwicklung von maßgeschneiderten IT-Lösungen sowie für die Ausarbeitung und Einführung innovativer Managementmethoden in Anspruch genommen.

Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

Bei entsprechender Nachfrage unserer Dienstleistungen streben wir ein kontinuierliches, nachhaltiges Wachstum der Mitarbeiter:innen -Zahl an.

Auf kurzfristig auftretende Konjunktur- und damit auftretende Auftragsschwankungen, wie 2020 infolge der Covid-Pandemie, versuchen wir nicht durch kurzfristigen Mitarbeiterabbau zu reagieren, sondern unserer bestehenden Mitarbeiter:innen im Unternehmen entsprechend ihren eigenen Vorstellungen (ohne Kurzarbeit u. dgl.) unverändert zu halten.

Diese führt zu einer kontinuierlichen Erhaltung und Steigerung von Arbeitsplätzen und den damit verbundenen Steuern und Abgaben.

Verpflichtende Indikatoren

Umsatz:

2021: 2,88 Mio. €

2020: 2,22 Mio. €

Nettoabgabenquote – darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

- *effektiv gezahlte Ertragsteuern (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer)*
- *lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber:innen*
- *Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme (Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten), abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen*
- *Diese Netto-Abgaben werden auf die ausgewiesene Wertschöpfung (Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Mieten und Verpachtung) bezogen und ergeben damit die Netto-Abgabenquote.*

Nettoabgabenquote 2021: 297 %

Nettoabgabenquote 2020: 373 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale/Ziele: Keine

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Berichtsfragen

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)

ConPlusUltra arbeitet klimaneutral. Die durch die Unternehmenstätigkeit, insbesondere durch Reisen, verursachten CO₂ Emissionen werden durch finanzielle Unternehmensbeiträge zu Offset-Projekten kompensiert. Eine Auswahl potenziell geeigneter Projekte wird jährlich intern ausgearbeitet und auf Beschluss der Geschäftsführung werden daraus die zu unterstützenden Projekte ausgewählt. ConPlusUltra legt dabei Wert auf die Unterstützung von Projekten, die neben ihren ökologischen Zielsetzungen insbesondere auf soziale Nachhaltigkeitsziele ausgerichtet sind. Die Kompensation der noch vorhandenen CO₂-Emissionen erfolgt durch Investition in sozial-ökologische Projekte:

2021-Emissionen: Entscheidung derzeit noch offen

2020-Emissionen: Kompensation von 46 tCO₂ im Umfang von 1.288,- € für das Projekt „Gesamtpaket für Haushalte in Äthiopien“:

In Kooperation mit der Auslandshilfe der Caritas Vorarlberg soll rund 5.000 Haushalten in 8 Gemeinden auf einer Fläche von 400 km² unter die Arme gegriffen werden. Das Gesamtpaket für einen Haushalt beinhaltet dabei zwei effiziente Kochöfen, Gemüsesamen inklusive einer Schulung zum Gemüseanbau, Baumsetzlinge inklusive Aufforstungsprojekte, eine solarbetriebene Lichtquelle sowie die Trinkwasseraufbereitung WADI, welche durch die Kraft der Sonne erfolgt.

Bei den eigenen Mitarbeiter:innen hat ConPlusUltra eine interne Aktion ins Leben gerufen, durch die das soziale Engagement der Mitarbeiter:innen, zB in Sozialeinrichtungen, Vereinen, etc. auf Nachfrage der Kolleg:innen durch die Gewährung von zusätzlicher arbeitsfreier Zeit unterstützt wird (bis zu 3 Tagen p.a.). Darüber hinaus werden die Kolleg:innen in den regelmäßigen Quartalsmeetings dazu aufgefordert, Vorschläge für soziale Aktivitäten einzubringen (zB im Sport- und Gesundheitsbereich), für die das Unternehmen bereit ist, ebenfalls Unterstützung (zB durch die Mitfinanzierung von Teilnehmer-Beiträgen) zu leisten.

Am Hauptstandort in Sankt Pölten beteiligt sich ConPlusUltra mit seinen Mitarbeiter:innen immer wieder an Veranstaltungen und Wettbewerben, wodurch das soziale Leben in der Stadt gefördert wird.

In früheren Jahren hat ConPlusUltra als Weihnachtsaktion einen finanziellen Beitrag zur Produktion der „Licht ins Dunkel“ Musik-CD geleistet. Nachdem das seit einiger Zeit seitens der LiD Organisatoren nicht mehr möglich ist, werden die dafür vorgesehenen Beträge nun zur verstärkten Unterstützung österreichischer und internationaler Umweltschutz- und Regionalentwicklungsprojekte genutzt. Es erfolgt eine Spende von rund 1% des erwarteten Gewinns (2 TEUR) an Sozial-Projekte (Licht ins Dunkel, Caritas).

Weitere Überlegungen wurden im Unternehmen angestellt, gesellschaftliche Unterstützungsleistungen durch die Erbringung von freiwilligen und kostenlosen Beratungsleistungen für spezielle, lokale Zielgruppen zu erbringen. Diese Idee wurde jedoch bisher kaum in die Praxis umgesetzt, da es oft an den entsprechenden Kontakten zu potenziellen Nutznießern mangelt (Beispiel: Energieberatung für sozial schwache Bewohner:innen von St. Pölten) und der organisatorische Aufwand für das Unternehmen beträchtlich wäre. Sehr wohl werden aber fallweise von CPU

Mitarbeiter:innen unentgeltliche Vorträge oder Workshops im Rahmen von gesellschaftlichen Initiativen in St. Pölten gehalten (u.a. Teilnahme an der SmartUp Initiative der FH St. Pölten).

Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?

Ein Eigennutzen ist im Sinn der Mitarbeiter:innenbindung und Community-Bildung im Unternehmen und am Firmenstandort gegeben. Dennoch legt ConPlusUltra Wert darauf, dass es sich bei den Beiträgen und Unterstützungsleistungen des Unternehmens nicht um „Pro-Forma-Aktivitäten“ handelt, sondern dass ein klarer Nutzen für die unterstützten Zielgruppen erkenntlich ist.

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?

Im Sinne des vorigen Absatzes tragen die genannten Aktivitäten zunächst zur Bewusstseinsbildung und zur Teambindung der Mitarbeiter:innen des Unternehmens bei. Verschiedentlich sind Mitarbeiter:innen auch bereits an das Unternehmen herantreten mit der Bitte, soziale Projekte, in denen sie sich privat engagieren, zu unterstützen. Soweit dies im Rahmen der für soziales Engagement des Unternehmens geplanten Budgets möglich ist, nimmt die Geschäftsführung derartige Ideen gerne auf. In einem Fall wurde zugunsten eines von einem Mitarbeiter eingebrachten Entwicklungshilfeprojekts eine interne Spendenaktion organisiert, bei der das Unternehmen die von den Mitarbeiter:innen eingebrachten Mittel durch einen Extrabonus erhöht hat.

Das Engagement von ConPlusUltra im Bereich der CO₂ Einsparung und Kompensation verstärkt das eigene Handeln und die Glaubwürdigkeit des Unternehmens in einem seiner zentralen Geschäftsfelder. Darüber hinaus wird hier eine Vorbildwirkung sowie die nachhaltige Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeiter:innen angestrebt, um zu zeigen, dass die im Einzelnen begrenzten Beiträge verschiedener wirtschaftlicher Akteure zählen und erst durch eine gemeinsame Initiative die großen Fragen des Klimaschutzes bewegt werden können.

Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?

Das Bewusstsein für die eigene Verantwortung für Nachhaltigkeit und Klimaschutz ist im Selbstverständnis der ConPlusUltra tief verankert. Immer wieder werden von den Mitarbeiter:innen wie auch von der Geschäftsführung die bereits getroffenen Maßnahmen hinterfragt und mehr eigenes Engagement eingefordert. Dennoch ist fallweise noch immer festzustellen, dass dieses Engagement nach einiger Zeit, insbesondere bei hohem Arbeitsdruck bei den Mitarbeiter:innen, in den Hintergrund tritt, sodass im richtigen Moment wieder mit neuer Energie an der nachhaltigen Ausrichtung des Unternehmens gearbeitet werden muss.

Diese Beobachtungen gelten umso mehr für die Angebote seitens der Geschäftsführung zur Unterstützung des sozialen Engagements einzelner Mitarbeiter:innen. Auf Phasen, in denen die gebotenen Möglichkeiten gerne aufgegriffen werden, folgen Zeiten, in denen das erwünschte, ehrenamtliche Engagement nicht thematisiert wird. Die Geschäftsführung bemüht sich, diese Themen zumindest jährlich bei Mitarbeiter:innenversammlungen anzusprechen und zu vermehrtem proaktivem Engagement der Kolleg:innen einzuladen.

Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

Siehe vorigen Absatz

Verpflichtende Indikatoren

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen (in Prozent des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit).

Im Durchschnitt: 0,5 – 1 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Siehe oben

Verbesserungspotenziale/Ziele: Keine

Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfragen

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung? Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:

- Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?
NEIN
- Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?
NEIN
- Gibt es Geschäftspartner:innen in sogenannten Steueroasen?
NEIN
- Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?
NEIN
- Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner:innen offen deklariert?
JA
- Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?
JA
- Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen? Da unsere wirtschaftlichen Tätigkeiten überwiegend in Österreich stattfinden, werden hier auch alle relevanten Steuern und Abgaben entrichtet.

Verpflichtende Indikatoren

Ist das Unternehmen Teil eines internationalen Konzerns, agiert es im Verbund mit anderen internationalen Partner:innen oder nimmt es an der digitalen

Ökonomie (länderübergreifend) teil? In diesem Fall muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartner:innen im Ausland, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10 %) abfließt, erfolgen.

Wir sind nicht Teil eines internationalen Konzerns.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale/Ziele: Keine

Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfragen

Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant:innen und Kund:innen ?

Als Unternehmen ohne marktbeherrschende Größe hält sich das Korruptionsrisiko sehr in Grenzen:

Generell werden von uns keine Geschenke an Kund:innen oder Lieferant:innen verteilt.

Da wir in keiner Hinsicht Großabnehmer sind, besteht seitens der Lieferant:innen kein Korruptionsrisiko. Des Weiteren werden zu allen Anschaffungen zumindest 3 Angebote eingeholt, und um hier einen fairen und objektiven Auswahlprozess durchzuführen, erfolgt neben einer ökologischen Bewertung eine Qualität-Nutzen-Preis Evaluierung.

Bei privatwirtschaftlichen Kunden ist das Korruptionsrisiko ebenfalls sehr gering, da wir hier einerseits meist nicht nur einen Ansprechpartner, sondern mehrere, unterschiedliche Entscheidungsträger (technisch und wirtschaftlich) als Ansprechpartner haben.

Für öffentliche Auftraggeber:innen, bei denen theoretisch ein Korruptionsrisiko möglich wäre, erbringen wir unsere Dienstleistungen nach öffentlichen Ausschreibungen mit transparenter Entscheidungskommunikation an alle Ausschreibungsteilnehmer.

Weiters herrscht bei allen Käufen und Aufwendungen das Vier-Augen-Prinzip vor Freigabe und Bestellung bzw. Zahlung. Hierbei besteht eine Aufgabentrennung zwischen anweisungsbefugten Personen und Rechnungsführer (Freigaben durch Besteller*in, Projektleiter*in und GF).

Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?

Vier-Augen-Prinzip

Aufgabentrennung zwischen anweisungsbefugten Personen und Rechnungsführer

Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträgern umgegangen?

Außerhalb unserer bestehenden Aufträge, mit derartigen Personen als Kund:innen, finden berufliche Kontakte zu Amts- und politischen Entscheidungsträger:innen nur bei öffentlichen Veranstaltungen statt. Hierbei herrscht volle Transparenz gegenüber den anderen Teilnehmer:innen

Welche Lobbyingaktivitäten betreibt das Unternehmen?

Wir betreiben keine Lobbyingaktivitäten.

Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?

Es erfolgen keine Spenden an politische Parteien.

Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?

Neben unseren anderen Unternehmensstrategien weisen wir auch auf dieses Thema im Zuge unserer Mitarbeiter:innen-Quartalsveranstaltungen hin.

Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?

Festlegung in der Firmenstrategie und Vier-Augen-Prinzip

Wie werden Interessenskonflikte (persönliche Interessen vs. Firmeninteressen) sichtbar gemacht und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

Auf Interessenskonflikte zwischen persönlichem Interesse und Firmeninteresse ist bei etwaigem Auftreten hinzuweisen, damit entweder ein gemeinsamer Ausgleich hergestellt werden oder eine Entscheidung im Sinne des Firmeninteresses getroffen werden kann.

Verpflichtende Indikatoren

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?

Es werden keine Parteispenden getätigt, aber falls doch würden diese natürlich offengelegt.

Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbyingaktivitäten (Eintrag ins Lobbyingregister) und Lobbyingaufwendungen?

Wir betreiben kein Lobbying, haben dementsprechend auch keine diesbezüglichen Aufwendungen und sind auch nicht im Lobbyingregister eingetragen.

Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?

JA

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positiv-Aspekt: Wirksame Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

Ja, die Zweckbindung ist ausschließlich für soziale und/oder ökologische Projekte.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale/Ziele: Keine

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Berichtsfragen

Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden, definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:

- Klimawirksame Emissionen (CO₂, N₂O, CH₄, ...)
- Feinstaub und anorganische Emissionen
- Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
- Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO_x, SO_x, CO₂)
- Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x)
- Ionisierende Strahlung
- Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
- Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)
- Landverbrauch
- Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)

Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Seit dem Jahr 2019 erheben wir unsere ökologischen Auswirkungen in Form eines Corporate Carbon Footprints (CCF) entsprechend den Scopes 1 – direkte Emissionen, Scope 2 – indirekte Emissionen des Unternehmens und Scope 3 – indirekte Emissionen aus dem Unternehmensprozess (darin finden auch alle relevanten Verbrauchsmengen Eingang).

Als Hauptkategorien ergeben sich hier die Folgenden:

- Emissionen aus den 2 Bürostandorten (Strom und Erdgas), da es sich hierbei um Mieten handelt ist die Einflussnahme sehr begrenzt; in St. Pölten erfolgt die Versorgung aus rein erneuerbarem Strom.
- Emissionen infolge unseres Mobilitätsverhaltens:
 - Die Umstellung des Fuhrparks mit Ersatz der Verbrennungs-KFZ durch e-Mobile zeigt ihre Wirkung im Scope 1
 - Bei Mitarbeiteranfahrritten wird die Förderung der öffentlichen Anreise zum Arbeitsplatz ab 2021 durch den wesentlich geringeren Umfang der Anreise zum Arbeitsplatz während der Pandemie 2020 beinahe ausgeglichen

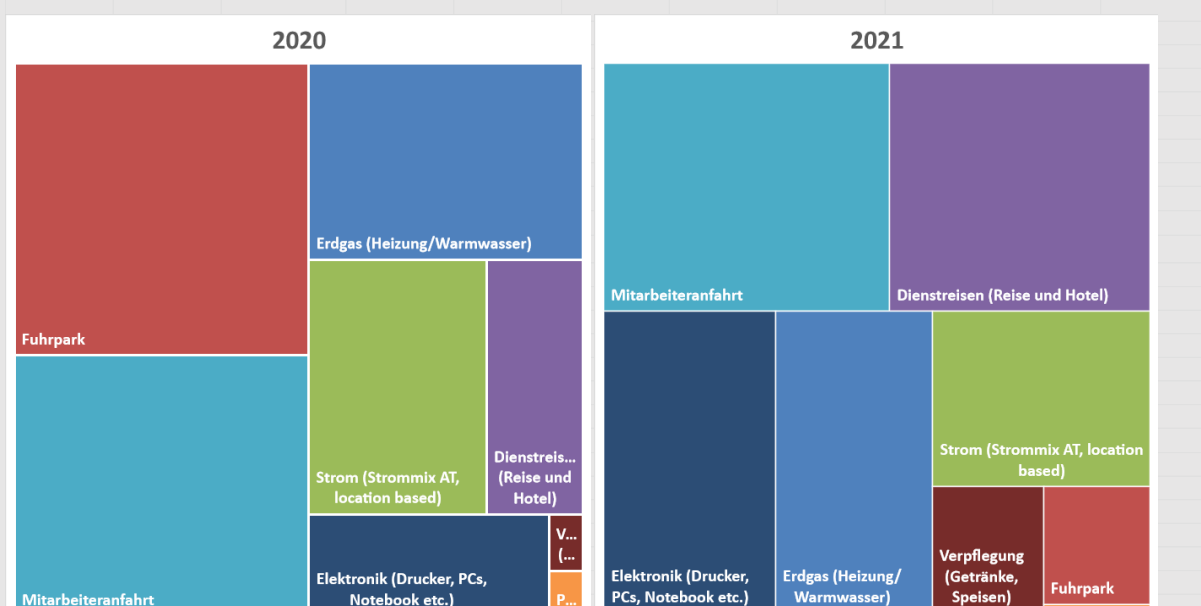
- 2021 sind infolge der Wiederaufnahme der Dienstreisen im Rahmen unserer Projekte die Emissionen daraus wieder erheblich gestiegen, wobei das Niveau von 2019 bei Weitem unterschritten wurde (2021 entspricht ca. 25 % von 2019)
- Emissionen aus Elektronik sind 2021 stark gestiegen; dies einerseits infolge des erhöhten Geräte-Ankaufs durch die Steigerung der Mitarbeiter:innen -Anzahl um rund 1/4 und dem üblichen Geräteersatz, der 2020 infolge der Pandemie unterdurchschnittlich erfolgte.
- Die Auswirkungen aus der Verpflegung sind ebenfalls auf die Wiederaufnahme eines fast normalen Betriebes mit Büroanwesenheit 2021 im Verhältnis zu 2020 dementsprechend angestiegen.

Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

- Ausstoß klimawirksamer Gase in kg
- Transporte (und dessen CO2 Äquivalent) in km bzw. kg
- Benzinverbrauch (und dessen CO2 Äquivalent) in Liter bzw. kg
- Stromverbrauch (und dessen CO2 Äquivalent) in kWh bzw. kg
- Gasverbrauch (und dessen CO2 Äquivalent) in kWh bzw. kg
- Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C
- Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m3
- Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg
- Papierverbrauch in kg
- Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg
- Kunstlicheinsatz in Lumen, kwh
- Schadstoffemissionen und sonstige Umweltwirkungen entsprechend der jeweiligen Standardwirkungskategorie

Grafiken: Wesentliche Emissionskategorien (location based)



Corporate Carbon Footprint		
ConPlusUltra		
	2021	2020
	t CO ₂ e	t CO ₂ e
Scope 1 (direkte Emissionen)		
Erdgas (Heizung/Warmwasser)	18,9	8,60
Fuhrpark	2,1	13,70
Summe Scope 1	21,02	22,30
Scope 2 (indirekte Emissionen)		
Strom (Strommix AT, location based)	5,90	6,67
Strom (Ökostrom, market based)	0,38	0,43
Summe Scope 2 (location based)	5,90	6,67
Summe Scope 2 (market based)	0,38	0,43
Scope 3 (indirekte Emissionen)		
Dienstreisen	10,9	3,90
Mitarbeiteranfahrt	12,0	12,24
Papier und Drucksachen	0,16	0,24
Elektronik (Drucker, PCs, Notebook etc.)	8,8	3,90
Verpflegung (Getränke, Speisen)	2,4	0,30
Summe Scope 3	34,30	20,58
Summe Scope 1-3 (location based)	61,22	49,55
Summe Scope 1-3 (market based)	55,70	43,31

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

CO₂-Bilanz und sukzessive Umstellung der Mobilität auf e-Mobilität

Jobticket für den Arbeitsweg der Mitarbeiter:innen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Vollständige Umstellung des Unternehmens auf Klimaneutralität mit geringstmöglichem Kompensationsanteil

E3.2 Relative Auswirkungen**Berichtsfragen**

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich

- zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?
- zu Mitunternehmern im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

- Als Dienstleistungsunternehmen mit reinem Bürobetrieb orientieren wir uns am Klimaschutzbericht 2021 des Umweltbundesamtes (Umweltbundesamt, REP-0776, Wien 2021):

„Die Treibhausgas-Emissionen pro Kopf betragen in den EU-27 Staaten im Jahr 2019 durchschnittlich 8,1 Tonnen CO₂-Äquivalent. **In Österreich haben die Pro-Kopf-Emissionen seit 1990 um 12 % abgenommen und lagen mit 9,0 Tonnen CO₂-Äquivalent im Jahr 2019 leicht über dem Wert der EU-27.**“

Wir gehen davon aus, dass wir schon 2019 mit 3,9 t CO₂/MA p.a. infolge des gemeinsamen KFZ-Pools und der häufigen Bahn-Nutzung unter dem üblichen Branchenschnitt und von Mitunternehmern in unserem Geschäftsfeld lagen.

Mit verstärkter Forcierung der e-Mobilität in Kombination mit Präsenz-Veränderungen (Homeoffice) konnten die Emissionen pro MA 2020 und 2021 im Verhältnis zu 2019 beinahe halbiert werden. Damit liegen wir sehr weit unter dem üblichen Branchenschnitt.

Verpflichtende Indikatoren

Relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region.

Jahr	t CO ₂	MA VZÄ	t CO ₂ / MA
2021	56	25	2,2
2020	44	22	2,0
2019	77	20	3,9

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Forcierung der e-Mobilität

Laufende CO₂-Bilanzierung

Kompensation der noch vorhandenen CO₂-Emissionen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Vollständige Umstellung des Unternehmens auf Klimaneutralität mit geringstmöglichem Kompensationsanteil

Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfragen

Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörige Betreiberauflagen gibt es und sind die Auflagen eingehalten?

Wir verfügen über alle für unsere Dienstleistungen nötigen Gewerbeberechtigungen (Unternehmensberatung, Technischer Umweltschutz, Maschinenbau, Elektrotechnik).

Wir haben keine technischen Produktionsanlagen mit Umweltauswirkungen und betreiben deshalb auch keine genehmigungspflichtigen Anlagen. Unsere Büros wurden von den Vermietern errichtet bzw. werden von diesen unter Erfüllung der entsprechenden Auflagen betrieben.

*Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht?
Werden diese eingehalten oder sind Rechtsverstöße bekannt?*

Die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen wird entsprechend der von uns entwickelten Dienstleistung auch intern in einem Compliance Managementsystem Tool überwacht. Es werden alle relevanten Pflichten eingehalten.

Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer:innen bzgl. ökologischer Belastungen liegen vor?

Unsere Anrainer:innen sind in St. Pölten ausschließlich und in Wien überwiegend andere Unternehmen und Privatpersonen. Bisher gab es keine Kontroversen oder Beschwerden, im Gegenteil freuen wir uns über sehr gute nachbarschaftliche Beziehungen.

Welche Kontroversen mit anderen Stakeholdern (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOS etc.) gibt es?

Bisher gab es keine Kontroversen mit anderen Stakeholdern.

Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

Wir sind an beiden Standorten auf dem aktuellen Stand der Technik.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale:

Keine

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Berichtsfragen

Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?

Alle für Kund:innen und Geschäftspartner:innen wichtigen Informationen (wie zB unsere Handlungsgrundsätze) sind auf unserer Homepage zu finden.

Darüber hinaus wird unser Jahresabschluss am Bezirksgericht fristgerecht eingebracht und kann entsprechend abgefragt werden.

Als Unternehmen sind wir natürlich auch im Firmenbuch zu finden.

Zusätzlich verfügen wir über keine weiteren wichtigen oder kritischen, zu veröffentlichenden Informationen.

In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?

Unsere Informationen bieten wir zielgruppengerecht in entsprechendem Umfang an.

Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?

Wir veröffentlichen keine zu überprüfenden Berichte.

Der Jahresabschluss wird durch eine externe Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungskanzlei erstellt.

Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Alle Informationen befinden sich auf unserer Homepage.

Verpflichtende Indikatoren

Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

Die Veröffentlichung des Gemeinwohlberichts erfolgt nach dem Testat.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale: Keine

Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung

Berichtsfragen

Wie können Bürger:innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?

Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Als Beratungsunternehmen streben wir an, sowohl für unsere Kund:innen als auch für alle interessierten Bürger:innen relevante Informationen zur Verfügung zu stellen und mit sehr niedriger Kontakt-Schwelle erreichbar zu sein.

Dazu stellen wir relevante Informationen auf unserer Homepage zur Verfügung und verbreiten diese darüber hinaus über unsere Social-Media Kanäle auf Xing, LinkedIn und Twitter.

Kontakt-Möglichkeiten (Telefon, E-Mail) werden sowohl auf Unternehmens- als auch auf persönlicher Ebene der Mitarbeiter:innen auf unserer Homepage zur Verfügung gestellt.

Insbesondere am Standort St. Pölten treten wir durch unsere Mitgliedschaft bei der Plattform St. Pölten in direkten Dialog mit den Mitunternehmen und Bürger:innen. Themenabhängig leisten wir hier auch unseren Beitrag durch ehrenamtliche Moderation von Veranstaltungen und Diskussionsprozessen (z.B. Strategie-Entwicklung oder im Zuge der Kulturhauptstadt-Bewerbung) mit allen relevanten Berührungsgruppen. Die Ergebnisse werden natürlich entsprechend dokumentiert. Bei unternehmensinternen Prozessen wurden bisher keine externen Bürger:innen beigezogen. Wir versuchen die externe Sicht durch die Einbeziehung unserer Mitarbeiter:innen sicher zu stellen. Als reines B2B-Beratungsunternehmen haben wir über die oben beschriebenen Berührungsgruppen der Kund:innen und Lieferant:innen, mit denen wir in intensivem Austausch stehen, keine weiteren Berührungsgruppen mit legitimem Interesse.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitentscheidungsgrad)

Außer den in den Vorkapiteln bereits beschriebenen Berührungsgruppen (Mitarbeiter:innen, Kund:innen und Lieferant:innen) haben wir keine Berührungsgruppen für Mitentscheidungen.

Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z. B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden?

Nein

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale/Ziele: Keine

Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfragen

Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?

Keine

Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?

Das machen wir nicht.

Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

Wir veröffentlichen keine dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte widersprechenden Informationen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: Keine Aktivitäten

Verbesserungspotenziale/Ziele: Keine

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

Aspekt	Ziele	kurz-	mittel-	lang- fristig
A1.1 A1.2	Lieferant:innen fragebögen zur Erhebung der Herstellungs- / Arbeitsbedingungen	x		
A2.2	Identifikation von Produkten, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt	x		
A3.1	Möglichst klimaneutraler Einkauf	x		
B1.2	Keine konventionelle Fremdfinanzierung	x		
B3.1	Mobilität: 100 % E-Mobilität		x	
B3.3	Ersatz der verbleibenden 2 Verbrennungs-Mobile nach Auslaufen des Leasings (2023, 2024)		x	
B4.1	Aufbau eines erweiterten Strategie-Kreises	x		
C1.1	Entwicklung und Etablierung der Human-Ressourcen-Roadmap		x	
C1.2	Fortführung der bisherigen Aktivitäten	x		
C1.3	Aufnahme von Personen mit besonderen Bedürfnissen	x		
C3.1	Bei einer ev. Standortveränderung in Wien ist die Verfügbarkeit einer Küche bzw. ev. nahegelegenen Kantine als Auswahlkriterium mit aufzunehmen.		x	
C3.3	Gemeinsame Einkaufs-/Installations-Projekte für Öko-Anlagen (PV, etc.) mit Unterstützung von internen Expert:innen (und Zeit-Ressourcen dafür)	x		
C3.4	Ersatz der Nespresso-Kaffee-Maschine nach Ende der Nutzungsdauer durch Gerät ohne übermäßiges Verpackungsaufkommen (wie in Wien schon umgesetzt)		x	
C4.2	Aufbau eines erweiterten Strategie-Kreises	x		
D3.1 D3.2	Evaluierung der Umweltauswirkungen bei Kund:innen basierend auf unseren Beratungen	x		
E1.1	Umsetzung der Maßnahmen des SDG-Prozesses		x	
E3.1 E3.2	Vollständige Umstellung des Unternehmens auf Klimaneutralität mit geringstmöglichem Kompensationsanteil			x
	Weiters wollen wir uns auch extern in die Aktivitäten des GWÖ Vereines einbringen.	x		

Langfristige Ziele

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?

Maßnahmen s. Tabelle oben.

Neben der internen laufenden Weiterentwicklung wollen wir auch langfristig eine Verbreitung des GWÖ-Ansatzes im Kreise unserer direkten Berührungsgruppen (Lieferant:innen und Kund:innen) anregen.

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207)

Im Mai 2014 stimmte der Ministerrat der EU einer Richtlinie zu, die noch in nationales Recht umzusetzen ist. Die offenzulegenden Informationen (obligatorisch ab 500 Mitarbeitenden) sind

- *Beschreibung des Geschäftsmodells. Was ist der Zweck des Unternehmens, womit wird Nutzen gestiftet für Kunden, wodurch werden Gewinne erwirtschaftet.*
- *Welche Politiken verfolgt das Unternehmen, um die Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in **Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption** zu gewährleisten?*
- *Was sind die primären Risiken der Geschäftsprozesse in diesen Bereichen?*
- *Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Bereichen?*
- *Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?*
- *Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren*

Der Gemeinwohl-Bericht kann zur nichtfinanziellen Berichterstattung gemäß EU-Richtlinie verwendet werden. Es ist Verantwortung des Unternehmens sicherzustellen, dass der Gemeinwohlbericht in der entsprechenden Tiefe und mit allen nationalen Erfordernissen der Umsetzung der Richtlinie erstellt wird.

In Österreich gilt das „Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG)“, in Deutschland das „CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG)“.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz waren neben den Geschäftsführern und Teamleiter:innen für relevante Prozesse zuständige Mitarbeiter:innen (Einkauf, Marketing, CO2-Bilanzierung, IT) sowie die Personal-Verantwortliche der externen Personal- und Steuerberatungskanzlei involviert. Weiters fand eine ad-hoc Befragung einiger Lieferanten (Firmen-Betreuer der Hausbank, externer IT-Betreuer) zu sie betreffenden Themen statt.

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

In Vorbereitung zur Erstellung der Bilanz wurden ca. 100 Arbeitsstunden aufgewendet.

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Bisher wurde der Bericht intern im Erarbeitungs-Team kommuniziert.

Weitere Kommunikation ist nach dem Evaluierungs-Prozess geplant.

Datum: 31.10.2022