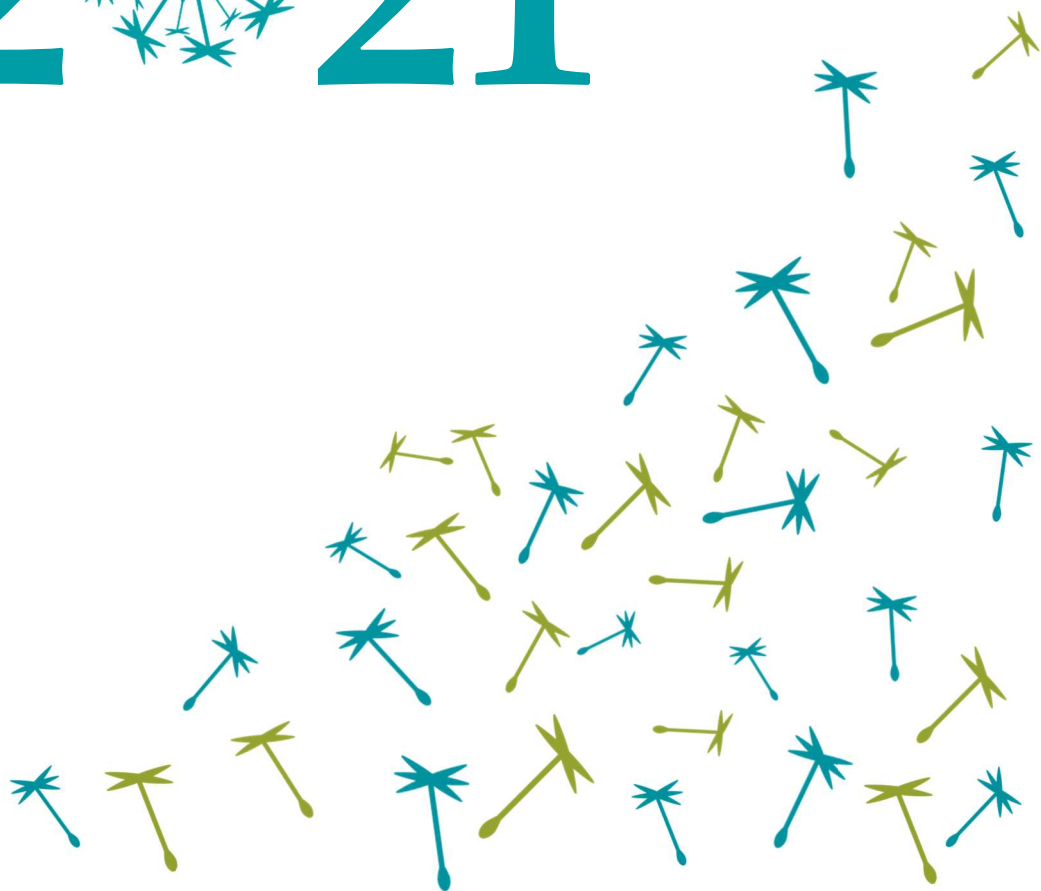


WODARA
GEBÄUDESERVICE

GEMEINWOHL-BILANZ

2  21



Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen	4
Kurzpräsentation des Unternehmens.....	4
Produkte und Dienstleistungen	5
Das Unternehmen und Gemeinwohl	6
Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ.....	8
Was steht in einer Gemeinwohl-Bilanz?	8
Testat	9
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette.....	10
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette.....	10
Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	13
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	13
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen	13
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette.....	14
Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	15
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	16
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette.....	16
Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	18
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	19
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen.....	19
A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette	19
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	21
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung.....	21
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung.....	22
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen.....	23
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	27
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung	27
Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel	30
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	31
B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen	31
B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung.....	33
Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	33
B4 Eigentum und Mitentscheidung	33



B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur	33
Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme	33
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	34
C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur	34
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz	40
C1.3 Diversität und Chancengleichheit	42
Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	44
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	45
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes	45
C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit	46
C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance	47
Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	47
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	48
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit	48
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz	49
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung	50
Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens	51
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	51
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz	51
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte	52
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden	52
Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates	53
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	55
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen	55
D1.2 Barrierefreiheit	58
Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen	59
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	60
D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen	60
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen	61
Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen	62
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen ..	62
D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)	62
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)	64



Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen..	65
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkt-transparenz	66
D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung.....	66
D4.2 Produkttransparenz.....	66
Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen.....	67
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	68
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben.....	68
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	71
Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen.....	72
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	72
E2.1 Steuern und Sozialabgaben.....	72
E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens	73
Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung.....	75
Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention.....	75
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	75
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie.....	75
E3.2 Relative Auswirkungen.....	76
Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	76
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	76
E4.1 Transparenz.....	76
Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung.....	76
Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation	77
Ausblick	78
Kurzfristige Ziele.....	78
Langfristige Ziele	78
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207).....	78
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	79



Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	Gebäudeservice Wodara GmbH
Eigentums- und Rechtsform:	GmbH mit zwei Gesellschaftern
Website:	www.qualitrauen.de
Branche:	Gebäudeservice
Firmensitz:	Marzahner Chaussee 158-164 12681 Berlin
Berichtszeitraum:	2018/19

Die folgenden Zahlen sind ein Durchschnitt aus dem Berichtszeitraum 2018/19:

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	151
Vollzeitäquivalente:	91
Saison- oder Zeitarbeitende:	1
Umsatz:	4.695.177,11 €
Jahresüberschuss:	43.826,81 €
Tochtergesellschaften/ verbundene Unternehmen:	keine

Kurzpräsentation des Unternehmens

Die Gebäudeservice Wodara GmbH ist ein mittelständisches Handwerksunternehmen aus Berlin. Das Unternehmen bietet eine hohe Vielfalt an Dienstleistungen an. Dazu gehören Bereiche wie Glas- und Gebäudereinigung, Winterdienst, Grünanlagenpflege, Hausmeister*innenservice, Höhenarbeiten sowie Farb-, Fliesen- und Ausbauarbeiten. Das Einzugsgebiet erstreckt sich über die gesamte Stadt Berlin. Seit 2017 ist das Unternehmen Mitglied der Gemeinwohl-Ökonomie und hat 2018 die erste Gemeinwohl-Bilanz veröffentlicht.

Das Team umfasst ca. 160 Mitarbeitende, (im Berichtszeitraum durchschnittlich 151 Mitarbeitende und 91 Mitarbeitende in Vollzeitäquivalenz). Gemäß dem Leitbild wird hoher Wert auf Qualität und Vertrauen gegenüber den Kund*innen gelegt, genauso wie auf das Wohlergehen der Mitarbeitenden. Die Vision der Gebäudeservice Wodara GmbH lautet: „Wir sind ein nachhaltiger Premiumanbieter für Gebäudeservice, weil wir der attraktivste Arbeitgeber im Handwerksbereich sind und alle Mitarbeitenden unser Leitbild bis ins letzte Detail leben.“

Im Unternehmen herrscht ein familiärer Umgang und es ist eine starke Verwurzelung in der Region Berlin spürbar, vor allem in Berlin-Marzahn. Dies gilt sowohl für die Mitarbeitenden als auch die Kund*innen und das Engagement des Unternehmens, das sich stark auf die lokale Umgebung fokussiert.

In den Jahren seit der Gründung hat sich das Unternehmen stark entwickelt und eine gute Resilienz aufbauen können. Mit der jetzigen Stabilität steckt die Gebäudeservice Wodara GmbH seit der Erstbilanzierung mitten in einem Prozess des Umdenkens und Voranschreitens hin zu den Gemeinwohl-Werten, wobei der Geschäftsführer Mario Wodara eine treibende Kraft darstellt.



Ein Mitarbeiter sagte hierzu: „Wir sind ein Unternehmen, das sich die letzten zehn Jahre super entwickelt hat. Es gibt keinen, der nicht bestätigt, dass unser Chef total sozial eingestellt ist.“, ein anderer meinte „Es muss immer einer sein, der den Hut aufhat und den Anstoß gibt, umzudenken.“

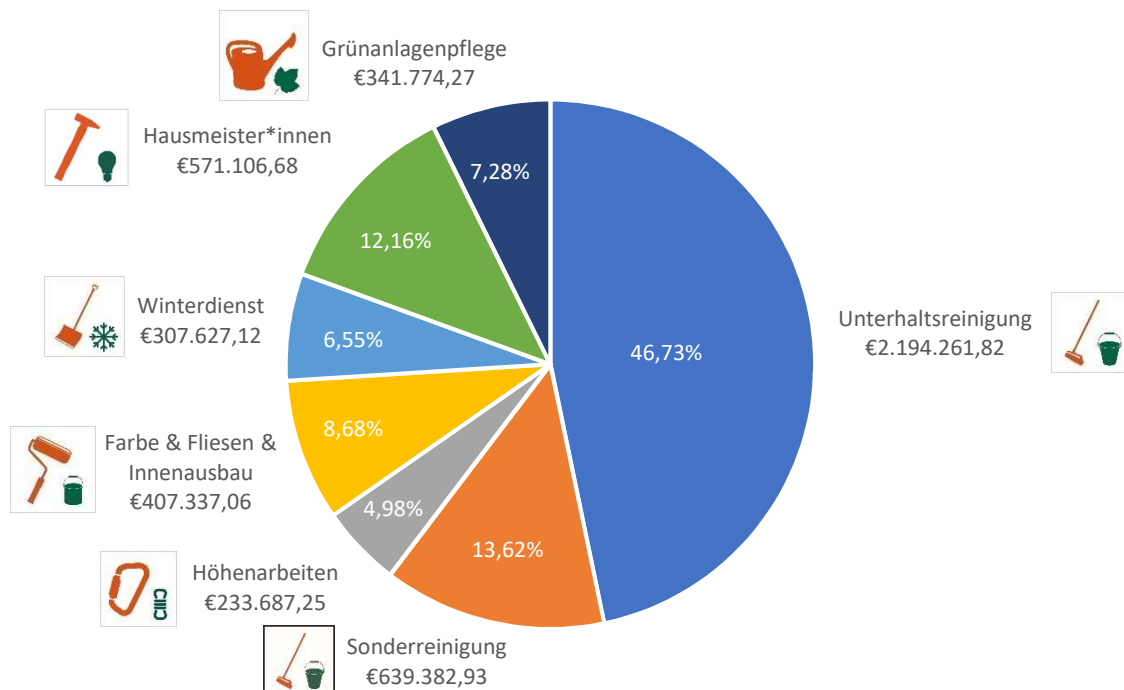
Innerhalb der Branche nimmt die Gebäudeservice Wodara GmbH als eines der wenigen Gemeinwohl-bilanzierenden Unternehmen eine Vorreiter-Rolle ein und stellt sich zuversichtlich und tatkräftig den Herausforderungen, die der weitere Weg bereithält.

Produkte und Dienstleistungen

Es wird eine hohe Vielfalt an Leistungen im Bereich des Gebäudeservice angeboten. Das Unternehmen teilt sich in folgende Fachabteilungen auf:

- Unterhaltsreinigung
- Sonderreinigung
- Höhenarbeiten
- Farbe & Fliesen & Innenausbau
- Hausmeister*innen
- Grünanlagenpflege
- Winterdienst

In der folgenden Grafik wird ersichtlich, wie sich die Umsätze auf die einzelnen Abteilungen aufteilen:



Das Unternehmen und Gemeinwohl

Die Gebäudeservice Wodara GmbH ist seit 2017 Mitglied im Gemeinwohl-Ökonomie-Verein Berlin-Brandenburg. Aufmerksam wurde das Unternehmen auf die Bewegung durch persönliches Interesse der Geschäftsführung. So wurden die Themen ins Unternehmen getragen und es kam 2018 zur Erstellung der ersten Bilanz im Peer-Review-Verfahren. Es wurde an zahlreichen Veranstaltungen der Gemeinwohl-Ökonomie teilgenommen: Beispielsweise war das Unternehmen aktiv beim „Langen Tag der Gemeinwohl-Ökonomie“ dabei. Auf Vorträgen wurde sich zu Themen der Gemeinwohl-Ökonomie weitergebildet, sowie über den Unternehmer*innen-Stammtisch in den Austausch gegangen. Erwähnenswert ist auch die Teilnahme an der zweitägigen Konferenz „Klimapositiv“ des Vereins Berlin-Brandenburg im Februar 2020, auf der auch Mario Wodara einen eigenen Vortrag gehalten hat. Darüber hinaus war das Unternehmen bei der Mitgliederversammlung sowie einem Strategie-Treffen des Vereins Berlin-Brandenburg im Juli 2020 vertreten, hat bei der Erstellung dessen Gemeinwohl-Bilanz mitgewirkt und kurzfristig den Stand auf dem Heldenmarkt 2019 unterstützt. Die Ideen der Gemeinwohl-Ökonomie wurden in zwei Zeitungsberichten erläutert und in einer Workshop-Reihe zum Deutschen-Nachhaltigkeitskodex im Handwerk vorgestellt. Ebenfalls wurden zwei Interviews an Akademiker*innen gegeben, die über den Verein auf das Unternehmen aufmerksam wurden.

Ein Interview mit dem Geschäftsführer Mario Wodara aus dem regelmäßig erscheinenden Magazin des Unternehmens (Ausgabe Nr. 13/2020), erläutert den Bezug zur Gemeinwohl-Ökonomie:

In vielen Geschäftsberichten ist von werteorientierter Unternehmensführung die Rede. Wie sieht



das bei Ihnen aus, Herr Wodara?

Wir orientieren uns an den Werten der Gemeinwohl-Ökonomie: Menschenwürde, Solidarität, Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit, Transparenz und Mitbestimmung. Natürlich bedarf es auch einer wirtschaftlich stabilen Basis. Die Orientierung an Werten sollte jedoch wesentlicher Bestandteil all unserer Entscheidungen sein.

Wie zeigt sich das im Alltagsgeschäft?

Wir stecken hier noch in den Kinderschuhen. Es braucht Zeit, bis meine Überzeugungen im gesamten Unternehmen gelebt werden. Zusätzlich müssen externe Anspruchsgruppen mit ins Boot geholt



werden. Aber es gibt bereits sichtbare Veränderungen! Positive Schritte haben wir unter anderem im Bereich des betrieblichen Gesundheitsmanagements durchgeführt. Unser soziales Engagement hat sich im Laufe der Jahre ausgeweitet und verfestigt. Die Art, wie wir miteinander kommunizieren oder mit Fehlern umgehen wird aktuell stark hinterfragt. Zur Steigerung von Mitbestimmung und Transparenz werden wir zeitnah eine App für Mitarbeitende einführen. Und nicht zuletzt arbeiten in unserem Team Menschen aus 15 Nationen kooperativ zusammen. Da hat Diskriminierung einfach keinen Platz!

Und wie sieht es mit der ökologischen Nachhaltigkeit aus?

Hier setze ich einen ganz besonderen Schwerpunkt – zumal wir hier in unserer Branche wirklich einen Unterschied machen können: Wir stellen nach und nach auf zertifizierte ökologische Reinigungsmittel um. Leere Reinigungsmittelbehälter führen wir in den Kreislauf zurück. Was übrigbleibt, trennen wir sorgfältig. Aktuell testen wir vorgetränkte Wischmobs als alternative zu bisherigen Prozessen, wo in jedem Objekt jeweils frisches Wasser und Reinigungsmittel in Eimern gemischt werden. Das reduziert unseren Wasser- und Chemikalienverbrauch ungemein und sorgt darüber hinaus für noch mehr Sauberkeit. Für weitere Ideen, wie etwa den Wunsch von Herrn Blümel nach einem Dienstrad statt eines Pkws, bin ich immer zu haben!

Sie haben einen eigenen Mitarbeiter für die Umsetzung der GWÖ-Kriterien in Ihrem Unternehmen eingestellt.



Ja, und das war eine sehr gute Entscheidung! Sebastian Hemme ist der Dreh- und Angelpunkt zwischen Theorie und Praxis. Er geht auf die Leute zu und spricht sie direkt an, wo immer er Situationen erlebt, die aus seiner Sicht besser gelöst werden könnten. Wenn zum Beispiel ein Teammitglied den Namen eines anderen nicht kennt, kann es nicht die Lösung sein, diese*n dauerhaft über körperliche Merkmale oder die Herkunft zu identifizieren.

Was haben Sie sich für die nächsten Jahre vorgenommen?

Mich begeistern die Gedanken von Frédéric Laloux, die er in seinem Buch „Reinventing Organizations“ ausgeführt hat. Die Idee der Selbstorganisation, bei der Menschen in einem transparenten und hierarchiefreien System sinnstiftend und vertrauensvoll zusammenarbeiten und nicht nur einem Job nachgehen. Wo sie die Freiheit und Motivation haben, Verantwortung zu übernehmen. Ich will weg von der Fokussierung auf die Einzelleistung und hin zur Teamleistung!



Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ

Sebastian Hemme

Telefon: 030 93 66 88 940
 Mobil: 0157 806 885 92
 E-Mail: shemme@qualitrauen.de

Was steht in einer Gemeinwohl-Bilanz?

In einer solchen **Gemeinwohl-Matrix** stecken alle Themen aus der Bilanz drin. Oben sind die **Werte in grün**, auf die geschaut wird: Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit, Ökologische Nachhaltigkeit und Transparenz und Mitentscheidung.

Links sind die fünf verschiedenen **Berührungsgruppen in türkis**: Lieferant*innen, Eigentümer*innen und Finanz-partner*innen, Mitarbeitende, Kund*innen und das gesellschaftliche Umfeld.

Wie leben wir diese Werte...
 ...gegenüber diesen Gruppen?

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 und Finanz-partner*innen	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investition 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	D1 Ethische Kund*innen-Beziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	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



Die Frage lautet also: **Wie lebt das Unternehmen diese vier Werte gegenüber diesen fünf unterschiedlichen Gruppen?** Daraus entstehen 20 Felder, also z.B. Solidarität und Gerechtigkeit gegenüber den Mitarbeitenden in C2 „Ausgestaltung der Arbeitsverträge“. Diese werden in der Bilanz alle im Detail betrachtet und mit Punkten von 1 bis 10 bewertet, wobei 10 einer hundertprozentigen vorbildlichen Erfüllung des Aspekts entspricht. Die Ausnahme sind die Negativaspekte: Hier sind 0% Erfüllung angestrebt. Hinter den Überschriften der Aspekte sind die Erfüllungsgrade des Unternehmens angegeben.



Testat



**GEMEINWOHL
ÖKONOMIE** 
En Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

Bilanzierendes
Unternehmen
mit externem Audit

Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	Gebäudeservice Wodara GmbH
	M5.0 Vollbilanz	2018-2019	Auditor*In: Manfred Kofranek

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: 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 10 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 10 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 10 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 50 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 40 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 20 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 20 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 30 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 30 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 20 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 40 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 40 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 40 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 20 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 30 %

Testat gültig bis:
30. Juni 2023

BILANZSUMME:
300

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
TestatID: 9n21m
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org



A LIEFERANT*INNEN [26%]

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 und Finanzpartner*innen	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investition 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	D1 Ethische Kund*innen-Beziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	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

Hier geht es um die Lieferkette, also um die Produkte und Dienstleistungen, die die Gebäudeservice Wodara GmbH einkauft. In **A1** geht es um die sozialen Auswirkungen und Risiken, die dabei entstehen. In **A2** geht es darum, wie zufrieden die Lieferant*innen mit den Preis-/Zahlungs- und Lieferbedingungen sind. Empfinden sie das Unternehmen als fair im Umgang mit ihnen? In **A3** geht es um die Umweltauswirkungen. In **A4** geht es darum, wie transparent das Unternehmen gegenüber den Lieferant*innen ist, und wie sehr sie bei Entscheidungen einbezogen werden.

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette [20%]

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette [20%]

Wie bereits in der letzten Bilanz machten auch in diesem Berichtszeitraum zugekaufte Produkte und Dienstleistungen ca. 70% des gesamten Einkaufsvolumens aus. Dies liegt vor allem an der Beschaffenheit der Gebäudeservice-Branche, die sehr personal- sowie materialintensiv und divers in den angebotenen Dienstleistungen ist.

In der folgenden Tabelle ist das Einkaufsvolumen der Gebäudeservice Wodara GmbH nach den jeweiligen Abteilungen aufgesplittet. Der durchschnittliche Anteil eingekaufter Dienstleistungen und Produkte am gesamten Einkaufsvolumen ist zur einfacheren Orientierung farblich hervorgehoben.



Kostenstelle	Wareneingang	Fremdleistung	Gesamtsumme	Anteil in %
	netto in EUR	netto in EUR		am ges. EV
Unterhaltsreinigung	78.377,73 €	531.087,92 €	609.465,65 €	40,77%
Sonderreinigung	20.137,83 €	61.372,12 €	81.509,95 €	5,45%
Höhenarbeiten	2.397,22 €	98.925,20 €	101.322,42 €	6,78%
Farbe & Fliesen & Innenausbau	115.668,77 €	32.628,29 €	148.297,05 €	9,92%
Winterdienst	1.564,46 €	83.297,08 €	84.861,54 €	5,68%
Hausmeister*innen	30.384,25 €	12.703,24 €	43.087,49 €	2,88%
Grünanlagenpflege	6.971,36 €	5.331,25 €	12.302,61 €	0,82%
Verwaltung	8,55 €	88,16 €	96,71 €	0,01%
Gesamtsumme der KST	255.510,15 €	825.433,24 €	1.080.943,39 €	72,31%
Raumkosten			72.176,38 €	4,83%
Beiträge/Abgaben			12.051,04 €	0,81%
Kfz-Betriebs-/Reparaturkosten			92.128,23 €	6,16%
Werbe-/Reisekosten			43.615,10 €	2,92%
Kosten Warenabgabe			10.838,67 €	0,73%
Reparatur/Instandhaltung			11.654,45 €	0,78%
Sonstige Kosten			171.438,47 €	11,47%
Gesamtes Einkaufsvolumen:			1.494.845,71 €	100,00%

Zugekaufte Dienstleistungen

Bei der Gebäudeservice Wodara GmbH wird oft mit Nachunternehmen gearbeitet, um die hohe Vielfalt des Gebäudeservices abdecken zu können. Die Dienstleistungen reichen von Unterhaltsreinigung, Sonderreinigung und Hausmeister*innen über Farb-, Fliesen und Ausbaurbeiten bis hin zu Grünanlagenpflege und Höhenarbeiten. Außerdem bietet das Unternehmen auch Winterdienst an. Dies ermöglicht unter anderem in der saisonbedingten Ruhephase für die Abteilungen Grünanlagenpflege und Sonderreinigung die Löhne fortzahlen und unbefristete Verträge gewährleisten zu können. Dies erklärt, warum die Fremdleistungen aller Abteilungen bis auf die Verwaltung solch hohe Einkaufswerte für Dienstleistungen aufweisen. Viele sind „zugekauft“: Die Industriekletter*innen beispielsweise arbeiten fast alle als Selbstständige und nehmen Aufträge unterschiedlicher Unternehmen an. Bei der Unterhaltsreinigung werden Aufträge ebenfalls manchmal an Nachunternehmen, die nur die spezifisch geforderte Leistung anbieten, weitergegeben. Dies ist einerseits eine Stärke, da sichergestellt werden kann, dass viele Akteur*innen der Gebäudeservice-Branche von den Aufträgen profitieren und den Kund*innen gleichzeitig eine hohe Vielfalt geboten werden kann. Andererseits erschwert dies natürlich die Kontrolle der Nachhaltigkeit und gelebten Werte entlang der Wertschöpfungskette. Zu den Nachunternehmen bestehen jedoch zum Großteil langjährige Beziehungen, sodass die Zusammenarbeit auf gegenseitigem Vertrauen beruht. Außerdem wird mit jedem Nachunternehmen ein Dienstleistungsvertrag abgeschlossen, auf den in A2.2 näher eingegangen wird.



Zugekaufte Produkte

Bei den Produkten sind die Abteilungen „Unterhaltsreinigung“ und „Farbe & Fliesen & Innenausbau“ am materialintensivsten, was dem Arbeitsalltag geschuldet ist. Die Zusammenarbeit mit den Lieferant*innen beruhen auf Langjährigkeit, Vertrauen und einer gegenseitigen Wertschätzung. Aus Gesprächen mit den Hauptlieferant*innen können menschenunwürdige Arbeitsbedingungen und unverhältnismäßige Umweltbelastungen ausgeschlossen werden.

Kriterien bei der Auswahl von Lieferant*innen

Im Laufe der Bilanzerstellung wurden Gespräche mit den Abteilungsleitenden geführt, die Lieferant*innen für Produkte sowie Nachunternehmen auswählen bzw. zu Beginn der langjährigen Zusammenarbeit ausgewählt hatten. Einige Kriterien bei der Lieferant*innen-Auswahl wurden übergreifend genannt. Es wurde vor allem Wert auf Qualität, lange Haltbarkeit, eine gute Beratung und einen guten Service gelegt. Der Preis spielte durchweg eine untergeordnete Rolle, stattdessen wurde die Notwendigkeit einer guten zwischenmenschlichen Beziehung und Zuverlässigkeit häufig betont. Vor allem der gute Kontakt zu den Außendienstmitarbeitenden sowie die Erreichbarkeit wurde öfters erwähnt: Es schien allen wichtig zu sein, einen persönlichen Kontakt zu den Lieferant*innen zu pflegen und Filialen in der Nähe zu haben. Bei auftretenden Problemen werden die Lieferant*innen für ihren schnellen Service, auch auf Baustellen, wertgeschätzt.

„Wenn ich Dinge einkaufe, sind das Sachen, die auch gebraucht und genutzt werden.“

Babette Seist



Auffällig war, dass sich der Langfristigkeitsgedanke im Unternehmen auch beim Thema der Lieferant*innen-Auswahl zeigte: So wurde mehrfach erwähnt, dass die gute Haltbarkeit der Produkte sowie ein kulanter Umgang mit Reparatur wichtige Kriterien seien.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Das Unternehmen wurde um die Abteilung Höhenarbeiten erweitert.
- Nachhaltigkeit wurde bei der Auswahl der Lieferant*innen mitgedacht. Dieses Kriterium wurde jedoch eher „Qualität“ oder „Langlebigkeit“ genannt.
- Mit allen Nachunternehmen wurde ein Dienstleistungsvertrag abgeschlossen, in dem auf eine faire Behandlung der Mitarbeitenden geachtet wird.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- ... Richtlinien für die Auswahl von Nachunternehmen festlegen.
- ... bei der Bestellung von Büromaterial und Arbeitskleidung die Zuständigkeiten klarer formulieren.
- ... einen klaren Ablauf für Materialbestellungen festlegen, z.B. jeden Montag für die Woche bestellen.
- ... Kleinbestellungen von Materialien vermeiden, um Einzelfahrten von Lieferant*innen zu vermeiden (unter Berücksichtigung der Lagerkapazitäten).
- ... sich über Abteilungen hinweg besser absprechen, um gemeinsam zu bestellen und somit bessere Konditionen bei den Lieferant*innen zu bekommen.



... bei Bauvorhaben eine bessere Materialplanung machen.

...Richtlinien für den Einkauf niederschreiben, wie z.B. auf Nachhaltigkeit oder bestimmte Label achten, immer unter Berücksichtigung der Kosten.

Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette [0%]

Die eingekauften Produkte entsprechen alle mindestens den gesetzlichen Standards. Das höchste Risiko scheint bei der Gebäudeservice Wodara GmbH in den Arbeitsbedingungen der Nachunternehmer zu liegen. Da diese jedoch einen Dienstleistungsvertrag unterschreiben müssen, in dem sie sich zu menschenwürdigen Arbeitsbedingungen verpflichten, wurde dieses Risiko bereits reduziert. In A2.2 wird näher auf diesen Vertrag eingegangen.

Sollte der Fall eintreten, dass sich herausstellt, dass ein Nachunternehmen z. B. menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen bezichtigt wird, würden wir ins Gespräch gehen und gegebenenfalls Konsequenzen ziehen. Wenn es zum Beispiel um Schwarzarbeit geht und sich der Verdacht bestätigt, wird dieses beim Zoll angezeigt und die Zusammenarbeit sofort beendet.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette [30%]

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen [40%]

In der tabellarischen Übersicht der Ausgaben für Waren und Fremdleistungen in A1.1 wird deutlich, dass nicht alle Dienstleistungen aus kapazitätsbedingten oder fachlichen Gründen von der Gebäudeservice Wodara GmbH selbst abgedeckt werden können. In diesem Fall wird fachspezifische Unterstützung hinzugezogen, z. B. eine Fachfirma für den Sanitärbereich in der Farbe & Fliesen & Innenausbau-Abteilung.

Hier wird wie in A1 nicht nur einen Blick auf die Lieferant*innen von Produkten wie Ausbaumaterialien oder Reinigungsmitteln, sondern auch auf die Nachunternehmer, die Dienstleistungen „liefern“, geworfen. Bei den größten zehn Lieferant*innen bestehen im Schnitt Geschäftsbeziehungen seit rund acht Jahren.

Zugekaufte Produkte

Bei einem Blick auf die zugekauften Produkte scheinen die Lieferant*innen mit der Gebäudeservice Wodara GmbH zufrieden zu sein. Meist haben die Abteilungsleitenden eine direkte Ansprechperson, über die sie sich stets wertschätzend äußerten: Man habe ein „wunderbares Verhältnis“, man fühle sich „gut aufgehoben“ und schätze die Expertise. Gerade in der spezialisierten Branche ist das ein wichtiger Faktor. Andersherum haben sie nie Beschwerden von den Lieferant*innen gehört, sondern äußerten den Eindruck als „solider Partner“ angesehen zu werden. Auch die jahrelange Zusammenarbeit und das daraus wachsende Vertrauen scheint beidseitig als wertvoll empfunden zu werden. Beispielsweise wurde es in der materialintensiven Farbe & Fliesen & Innenausbau-Abteilung als großer beidseitiger Vorteil gesehen, dass es eine Einzugsermächtigung gibt, sodass sich einerseits



das liefernde Unternehmen der Bezahlung sicher sein kann und es der anderen Seite zusätzlichen Verwaltungsaufwand erspart.

Auch in diesem Aspekt der Bilanz zeigten sich das langfristige Denken sowie eine ethische Grundhaltung. So wurde mehrfach erwähnt, dass man durch ein „Ausspielen der Großhändler“, wie viele in der Branche es tun, zwar niedrigere Preise erreichen könne. Dies werde jedoch nicht genutzt. So fielen in den Gesprächen Sätze wie: „Wenn man ständig den Großhändler wechselt, hat man für den Moment gespart, aber auf lange Sicht nicht.“ Oder auch „Ich muss keine fünf (Lieferant*innen) haben, die sich preislich dann ausstechen, sondern mir reichen meine paar Zuverlässigen“.

Hier wird deutlich, dass von Seiten der Gebäudeservice Wodara GmbH kein übermäßiger Preisdruck auf die Lieferant*innen ausgeübt wird, sodass diese einen fairen Anteil an der Wertschöpfung erhalten.

Zugekaufte Dienstleistungen

Im Bereich der zugekauften Dienstleistungen wurde ebenfalls von beidseitiger großer Zufriedenheit gesprochen. Gerade im Bereich der Höhenarbeiten, in dem viel mit Nachunternehmen gearbeitet wird, besteht zu den Industriekletter*innen durchweg ein freundschaftliches Verhältnis. Auch in der Abteilung Unterhaltsreinigung, die den größten Anteil an Fremdleistungen ausmacht, wird mit den Nachunternehmen stets auf Augenhöhe kommuniziert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurden wiederholt Gespräche mit den Lieferant*innen der Produkte und Dienstleistungen geführt.
- Auf faire Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen wurde geachtet. So wird kein Preisdruck ausgeübt und auf Augenhöhe kommuniziert.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... mehr nachfragen, ob die Nachunternehmen und Lieferant*innen zufrieden mit dem Unternehmen sind, da diese auch in dessen Verantwortung fallen.

A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette [20%]

Bevor ein Nachunternehmen hinzugezogen wird, müssen vorab vertragliche Bedingungen unterzeichnet werden. In einem sogenannten Dienstleistungsvertrag wird der Umgang mit den Mitarbeitenden des Nachunternehmens festgelegt. Im Rahmen dessen werden Unterlagen zur Zahlungsfähigkeit, Tarifzahlungsnachweise, eine Unbedenklichkeitsbescheinigung sowie Dokumente von Krankenkassen und Finanzamt eingefordert. Diese müssen alle zwei Jahre erneut eingereicht werden. Hat das Nachunternehmen alle Unterlagen eingereicht und diese wurden geprüft, steht einer Zusammenarbeit nichts mehr im Wege. Bei der Gestaltung des Dienstleistungsvertrages wird stets darauf geachtet, dass die Mitarbeitenden des Nachunternehmens einen gerechten Lohn und faire Bedingungen bekommen. Gegebenenfalls werden auch Arbeitsmaterialien und Reinigungschemie zur Verfügung gestellt.



Zusätzlich stehen die Abteilungsleitenden mit den Nachunternehmen in regem Kontakt und tauschen regelmäßig Feedback aus. Es wird bei allen Nachunternehmen darauf geachtet, dass sie fair mit ihren Mitarbeitenden umgehen.

Ein Label, das Solidarität und Gerechtigkeit bei eingekauften Produkten und Rohwaren berücksichtigt wie zum Beispiel *Fair Trade*, stellte eine Hausforderung dar. Weder für Baumittel wie Farben noch für Reinigungsmittel konnte ein solches Label ermittelt werden. Selbst diesbezügliche Vorreiter-Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit wie Frosch (Werner & Mertz GmbH) verfügen nur über Umwelt-Labels, jedoch keine zu Solidarität und Gerechtigkeit oder Transparenz und Mitentscheidung. Lediglich bei der Arbeitskleidung wurde auf ein Fair-Trade-Label geachtet.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Abteilungsleitenden standen im regem Kontakt mit den Lieferant*innen von Produkten und Dienstleistungen. Mit den Nachunternehmen wird regelmäßig Feedback ausgetauscht.
- Es wurde darauf geachtet, dass auch die Nachunternehmen fair mit ihren Mitarbeitenden umgehen.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... den Nachunternehmen das eigene Wertebild klar kommunizieren.

Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen [0%]

Mit den Nachunternehmen wird ein solidarischer Umgang gepflegt, der auf Kommunikation auf Augenhöhe beruht. Die Marktmacht ist ohnehin gering, wird jedoch auch nicht ausgenutzt. Das Unternehmen übt keinen Preisdruck auf die Lieferant*innen aus und legt großen Wert auf einen fairen Umgang.



A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette [30%]

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette [30%]

Auch wenn bisher keine festgelegten Kriterien und Regeln existieren, wurde in den Gesprächen jedoch deutlich, dass „Nachhaltigkeit“ und „Umwelt“ bereits mitgedacht werden. So wird ein Auge auf das Thema Verpackungsmaterial gelegt und bei Reinigungsmitteln werden bei einem Großhändler leere Behälter zurückgenommen und wiederverwendet. Die beiden meistgenutzten Reinigungsmittel verfügen über ein EU-Eco-Label. Das Bewusstsein, dass dies jedoch nicht bedeutet, dass sie direkt „gut“ für die Umwelt sind, ist vorhanden. So wird auch auf eine maßvolle sowie den Umständen angemessene Nutzung der Reinigungsmittel geachtet, worauf in D3 näher eingegangen wird.



In den materialintensivsten Abteilungen Farbe & Fliesen & Innenausbau sowie Unterhaltsreinigung wurden die eingekauften Produkte der größten Lieferant*innen untersucht und knapp ein Drittel der Produkte (je 33% und 35%) verfügten über ein Label, das eine ökologische Höherwertigkeit markiert.

Die in der Farbe & Fliesen & Innenausbau-Abteilung genutzten Farben sind in der Regel alle emissionsarm, in Kitas werden ökologisch besonders höherwertige Farben verwendet und die Produkte sind größtenteils lösemittelfrei und umweltfreundlich. Es wurde auch der Eindruck geäußert, dass immer mehr Kund*innen bereit seien, den Mehrpreis mitzutragen und dass auch dort ein Bewusstsein wächst. Ökologischere Alternativen werden aktiv angeboten.

Es wird auch auf den Kauf qualitativ hochwertiger Geräte geachtet, wobei in den Gesprächen ein Widerspruch in der Wahrnehmung deutlich wurde: So wurde der Einfluss auf Lieferant*innen bezüglich der Nachhaltigkeit zwar oft als begrenzt beschrieben, gleichzeitig gab es zahlreiche Beispiele, in denen bewusst z.B. auf Bosch-Akkus umgestellt wurde, weil diese effektiver, länger haltbar und weniger zu laden seien. Auch dies ist ein Zeichen von Umweltbewusstsein, es besteht jedoch Potential, dies den Mitarbeitenden bewusster zu machen und gemeinsam zu verschriftlichen.

An einem anschaulichen Beispiel wird die Ganzheitlichkeit der Auswirkungen der ökologischeren Arbeitsmittelwahl deutlich: Durch die Umstellung auf vorgetränkte Wischbezüge wird am Ende an Wasser und Chemie gespart, was bei D3 zu Nutzung und Entsorgung passt, und auch bei den Mitarbeitenden ein gutes Gefühl auslöst, was bei C passen würde.



Barrieren: Stand der Technik und Mehrkosten

Verbesserungen scheitern häufig eher am Stand der Technik. So muss die Abteilung Höhenarbeiten gelegentlich weite Strecken zurücklegen, da sie auch in Leipzig oder Halle Aufträge haben, was mit einem E-Auto nicht geht. In der Abteilung Farbe & Fliesen & Innenausbau sind die Farben in Plastikeimern, die aber in keinem anderen Material geliefert werden können. Hier könnte im



Austausch mit den Lieferant*innen eventuell eine Lösung wie z.B. ein zentrales Recycling beim Großhändler gefunden werden, damit die Behälter nicht im Bauschutt landen.

Bei neuen Produkten beraten die Fach-berater*innen der Lieferant*innen kompetent und zu voller Zufriedenheit, doch auch diese scheitern immer wieder am mangelnden Angebot guter ökologischer Alternativen. Manche ökologisch höherwertigeren Reinigungsmittel sind beispielsweise bisher nicht effektiv genug oder es ist eine erheblich größere Menge nötig, um das gleiche Ergebnis zu erzielen.



Auch die Mehrkosten werden häufig als Barriere genannt, da die Kund*innen die höheren Preise der ökologisch wertvolleren Alternativen mittragen müssen. Gleichzeitig werden die Kund*innen jedoch auch als wichtiger Treiber gesehen, da die Lieferant*innen ihr Angebot nachhaltiger gestalten, wenn die Nachfrage sich dahingehend ändert. Hier könnte untersucht werden, ob nicht die Gebäudeservice Wodara GmbH ebenfalls einen solchen Hebel hat und mehr Einfluss auf die Lieferant*innen nehmen könnte, eventuell gemeinsam.

Außerdem könnte hier expliziter bei den Lieferant*innen nachgefragt werden, um die Möglichkeit bisher unentdeckter Potentiale voll auszuschöpfen, da häufig die explizite Ansprache auf das Thema zu fehlen schien.

Materialbestellungen

Ein weiteres Verbesserungspotential liegt in der Handhabung der Materialbestellungen. Es wurde immer wieder Unmut über eine fehlende Struktur geäußert, sodass es immer wieder zu Einzelbestellungen kommt, die zusätzliche Fahrten und damit Umweltbelastungen sowie Verwaltungsaufwand bedeuten. Hier könnte bis zur nächsten Bilanz gemeinschaftlich ein System gefunden werden, Einzelbestellungen in Zukunft zu vermeiden bzw. auf absolute Ausnahmefälle zu begrenzen.

Lieferant*innen, die ihrerseits zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen

Um zu bewerten, inwiefern die Lieferant*innen selbst zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen, wurde ein Blick auf die Hauptlieferant*innen und ihren Einsatz für Nachhaltigkeit geworfen. Bei den Lieferant*innen von Materialien setzen sich die größten fast alle für gute Arbeitsbedingungen



**Institut Bauen
und Umwelt e.V.**

und eine Reduzierung ihrer Umweltauswirkungen ein. Vor allem in der materialintensiven Abteilung Farbe & Fliesen & Innenausbau sind die Lieferant*innen vorbildlich. Das Unternehmen Brillux GmbH & Co. KG ist Mitglied in der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen e.V. (DGNB), sowie im Institut Bauen und Umwelt e.V. und setzt sich für Umwelt-Produktdeklarationen von Bauprodukten ein. Zahlreiche Umweltdeklarationen zu ihren Produkten sind auf ihrer Webseite frei zugänglich. Die STARK Deutschland GmbH hat ein eigenes Konzept zur Nachhaltigkeit, über das auf ihrer Homepage ausführlich berichtet wird und verfügt über zahlreiche Zertifizierungen sowie eine klimaneutrale Stromversorgung. Über den Lieferanten W. & L. Jordan GmbH ist dem Unternehmen Ähnliches bekannt, beispielsweise verfügt dieser über das RAL-Gütezeichen für fairen Holzhandel. Lediglich beim Lieferanten Johann A. Meyer konnte keine explizite Beschäftigung mit Nachhaltigkeits-



Themen festgestellt werden. Als regionaler langjähriger Partner wird der Lieferant dennoch wertgeschätzt und punktuell werden gemeinsam Verbesserungen angegangen, wie z.B. eine direkte Auslieferung der Produkte an die Objekte durch den Lieferanten, um die Fahrten zu reduzieren.

Den Nachunternehmern als Lieferant*innen ist bekannt, dass die Gebäudeservice Wodara GmbH Wert auf Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit im Allgemeinen legt. Inwieweit diese das ebenso leben, ist jedoch nur bedingt abschätzbar.

Der Anteil der Lieferant*innen, die ihrerseits zur Reduktion der Umweltauswirkungen beitragen, ist über alle Lieferant*innen hinweg schwer einschätzbar, da es eine Vielzahl kleiner Lieferant*innen gibt, deren Evaluation den Rahmen der Bilanzierung gesprengt hätte. Unter den größten liegt er jedoch schätzungsweise bei 75 %.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurde mehr auf ökologische Reinigungsmittel geachtet, eine Umstellung zu 100% ist jedoch noch nicht erreicht.
- Es wurde auf eine Reduktion des Verpackungsmaterials geachtet.
- Es wurde ein Mehrweg-System bei Reinigungsmittel-Behältern genutzt.
- Beim Kauf neuer Geräte wurde auf Qualität und Langlebigkeit geachtet.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... die Fachberater*innen aktiv nach ökologisch höherwertigen Alternativen fragen.

... gemeinsam mit Lieferant*innen Potentiale identifizieren und ausschöpfen, zum Beispiel ob und wie man das Verpackungsmaterial weiter reduzieren kann.

... Kleinbestellungen von Materialien vermeiden, um Einzelfahrten von Lieferant*innen zu vermeiden (unter Berücksichtigung der Lagerkapazitäten).

... den Einfluss, den das Unternehmen beim Thema Nachhaltigkeit auf Lieferant*innen hat, klarer aufzeigen, z.B. die Hebelwirkung über die Nachfrage.

Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette [0%]

Alle Produkte entsprechen mindestens den gesetzlichen Standards und gehen mit keinerlei unverhältnismäßigen negativen Umweltauswirkungen einher. Eine fachgerechte Entsorgung wird ebenfalls stets gewährleistet.



A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette [20%]

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen [20%]

In den Gesprächen mit den Abteilungsleitenden wurde deutlich, dass die hohe Wertschätzung guter zwischenmenschlicher Beziehungen und eines vertrauensvollen Umgangs miteinander auch eine hohe Transparenz und gegenseitige Rückmeldung mit den Lieferant*innen ermöglicht.

Der Mehrwert, den Lieferant*innen die Hintergründe der Entscheidung für oder gegen ein Produkt offenzulegen, wurde mehrfach explizit geäußert. „Die sammeln ja aus unserer Erfahrung auch“ wurde treffend gesagt, da beispielsweise bei der Umstellung auf Akkubläser die Rückmeldung des zu hohen Gewichts und der mangelnden Lösung für die Entsorgung defekter Akkus auch dem*r Lieferant*in die Möglichkeit gibt, bessere Alternativen zu suchen und anzubieten. Auch in anderen Abteilungen wurde ähnliches geäußert: „Ich sage denen schon, warum ich sie nicht nehme. Das ist ja auch wichtig, sonst können die sich ja nicht ändern.“

Verbesserungspotential wird beim Umgang mit Zuwendungen von Lieferant*innen gesehen. Hier könnte der Umgang klar festgelegt werden, um Transparenz zu schaffen und Missbrauch vorzubeugen.

Im Umgang mit Nachunternehmern gab es gute Rückmeldungen: Die Nachunternehmern wissen, wie die Preise zustande kommen und werden mit einbezogen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Den Lieferant*innen wurde Feedback zu ihren Produkten und den Einkaufsentscheidungen gegeben.
- Den Nachunternehmern wurden die Preisbildungen offen kommuniziert.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... Richtlinien für regelmäßiges Feedback und die Kommunikation mit den Nachunternehmern festlegen.

... Richtlinien für den Umgang mit Zuwendungen von Lieferant*innen finden. Das Unternehmen wird Transparenz schaffen und Missbrauch vorbeugen.

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette [10%]

Der Einfluss auf die gesamte Zulieferkette der Lieferant*innen wird als gering eingeschätzt. In den Feedback-Gesprächen liegt der Fokus auf der direkten Zusammenarbeit. Da die Lieferant*innen ihren Sitz in Deutschland haben, kann davon ausgegangen werden, dass sie sich an die gesetzlichen Mindeststandards halten. Darüber hinaus können jedoch nur die Bedingungen auf den



Betriebsgeländen der angefahrenen Filialen beurteilt werden sowie das, was in Gesprächen mit den Ansprechpersonen geäußert wurde.

Ein Label, das Transparenz und Mitentscheidung bei eingekauften Produkten und Rohwaren berücksichtigt, konnte nicht ermittelt werden. Weder für Baumittel wie Farben noch für Reinigungsmittel konnte ein solches Label ermittelt werden. Selbst diesbezügliche Vorreiter-Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit wie Frosch (Werner & Mertz GmbH) verfügen nur über Umwelt-Labels, jedoch keine zu Solidarität und Gerechtigkeit oder Transparenz und Mitentscheidung.



B EIGENTÜMER*INNEN UND FINANZPARTNER*INNEN [13%]

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 und Finanzpartner*innen	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investition 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	D1 Ethische Kund*innen-Beziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	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

Hier geht es grob darum, wie das Unternehmen mit seinem **Geld** umgeht und um **Eigentum**.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln [10%]

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung [10%]

Die Eigenkapitalquote ist im Berichtszeitraum gestiegen. Dies liegt vor allem an den hohen Gewinnüberschüssen, die nicht ausgezahlt werden, sondern im Unternehmen verbleiben. Hier wird deutlich, dass es um die Gesundheit des Unternehmens und die Stärkung der Gebäudeservice Wodara GmbH als Ganzes anstatt um die Bereicherung Einzelner geht. Durch dieses höhere Eigenkapital und das Verbleiben der Gewinnüberschüsse im Unternehmen wird die Resilienz gestärkt und für Krisenzeiten vorgesorgt.

	2019	2018	Durchschnitt 2018/19
Eigenkapital	237.049,46	148.590,40	192.819,93
Eigenkapitalquote	21,33%	14,64%	18,14%



Es lässt sich eine deutliche Verbesserung zum letzten Berichtszeitraum feststellen. In der letzten Bilanz betrug die Eigenkapitalquote noch 9,10%, diese konnte in den letzten Jahren folglich deutlich verbessert und mehr als verdoppelt werden.

Der Durchschnitt des deutschen Mittelstands betrug laut Statista im Jahr 2019 31,8%, von dem das Unternehmen noch ein gutes Stück entfernt ist. Aufgrund der Vielzahl der angebotenen Dienstleistungen fällt der direktere Branchenvergleich schwer. In der Branche Bau zum Beispiel betrug die durchschnittliche Eigenkapitalquote nur 24,3%, was schon näher an der Quote der Gebäudeservice Wodara GmbH ist. Die Vielfalt der Angebote geht jedoch über diese Branche weit hinaus. Zahlen zur Eigenkapitalquote in der Reinigungsbranche konnten nicht ermittelt.

Quelle: Statista (2021): Durchschnittliche Eigenkapitalquoten von mittelständischen Unternehmen in Deutschland nach Branchen im Jahr 2019. Verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/261429/umfrage/eigenkapitalquoten-im-deutschen-mittelstand-nach-branchen> (Letzter Zugriff: 12.02.2021)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Eigenkapitalquote wurde erhöht, von durchschnittlich 9,10% in der letzten Bilanz zu 18,14% im jetzigen Berichtszeitraum.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... die Eigenkapitalquote erhöhen, um auf Krisen vorbereitet und finanziell stabiler zu sein.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung [10%]

Da das Unternehmen mehr Eigenkapital aufbauen konnte ist die Fremdkapitalquote dementsprechend gesunken. Dies ist ein gutes Zeichen der Gesundheit und Resilienz des Unternehmens.

	2019	2018	Durchschnitt 2018/19
Fremdkapital	874.287,27 €	866.350,87 €	870.319,07 €
Fremdkapitalquote	78,67%	85,36%	81,86%



Schlüsselt man das Fremdkapital nach Finanzierungsarten auf, ergibt sich folgendes Bild:

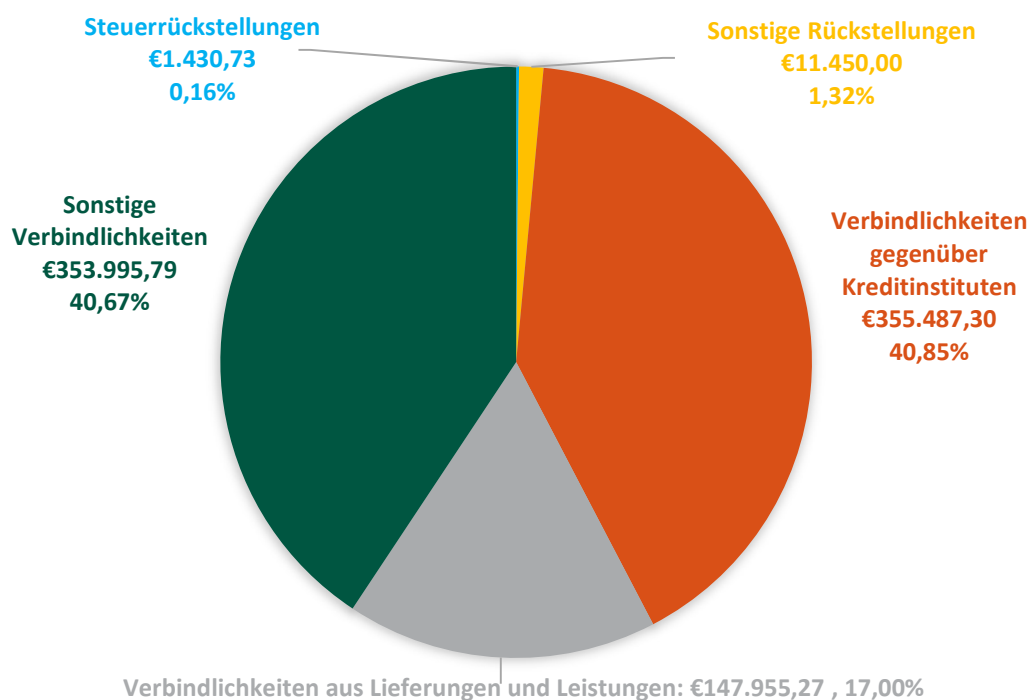


Abbildung 1: Fremdkapital (Durchschnitt 2018/19), aufgeschlüsselt nach Bereichen

Wichtig ist zu erwähnen, dass bei der Gebäudeservice Wodara GmbH kein*e große*r Investor*in Fremdkapital ins Unternehmen gibt. Der Posten „Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten“ ist hauptsächlich vom Fuhrpark sowie einem für den Umzug 2018 aufgenommenen Darlehen der Sparkasse bestimmt. Die restlichen Posten sind aus Stichtagsgründen hoch, da am 31. Dezember bilanztechnisch eine Momentaufnahme festgehalten wird. Somit sind diese Posten kein Abbild der Finanzierungsstrategie des Unternehmens.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Fremdkapitalquote wurde seit der letzten Bilanz verringert, von 91,90% zu 81,86%.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- ... bei einer neuen Kreditaufnahme die Möglichkeit einer Ethikbank überprüfen.

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen [0%]

Die Geschäftskonten sind bei der Berliner Sparkasse, der Berliner Volksbank eG und der Deutschen Bank, wobei letzteres praktisch nicht mehr genutzt wird. Ziel ist, das Konto bei der Deutschen Bank gänzlich aufzulösen. Da es jedoch noch an vereinzelte Vorgänge wie zum Beispiel einen Kunden und eine Krankenkasse gebunden ist, besteht es weiterhin. Durch die Nutzung der Kontokorrente wurden im Berichtszeitraum Zinsen in Höhe von insgesamt 2.138,57 € gezahlt. Im Vergleich zur vorherigen



Bilanz lässt sich eine deutliche Verbesserung feststellen. Im letzten Berichtszeitraum wurden noch insgesamt 5.120,00 € Zinsen wegen Kontokorrenten gezahlt.

Darüber hinaus bestehen keine finanziellen Verbindlichkeiten gegenüber den Banken. Lediglich bei der Sparkasse verbleibt die Rückzahlung des eingangs erwähnten Annuitätendarlehens, dass jedoch im Berichtszeitraum dank hoher Gewinnüberschüsse zu großen Teilen getilgt werden konnte.

In der folgenden Tabelle sind die wesentlichen Finanzpartner*innen der Gebäudeservice Wodara GmbH aufgelistet. Der Fokus liegt darauf, zu analysieren, wohin das Geld neben den Kund*innen und Lieferant*innen fließt und wo es „arbeitet“, um dann Potentiale und Hebelstellen für möglichst wirksame Verbesserungen zu identifizieren.

Die Gemeinwohl-Ökonomie schaut dabei nicht nur auf die „klassischen“ Finanzpartner*innen wie Banken, Kreditinstitute oder Versicherungen, sondern auch auf alle anderen Dienstleister*innen, mit denen das Unternehmen in Austausch steht. Neben Darlehen von Banken finden sich in der Tabelle folglich auch Daten des Fuhrparks wie das KFZ-Leasing und die KFZ-Versicherungen. Auch Zahlen zum Mietleasing sowie zu regulären Versicherungen sind aufgelistet. Da ein Unternehmen als Arbeitgeber auch an der Altersvorsorge und Krankenversicherung beteiligt ist und ein nicht unerheblicher Teil der Gelder an diese Organisationen fließt, wurden sie ebenfalls mit einbezogen.

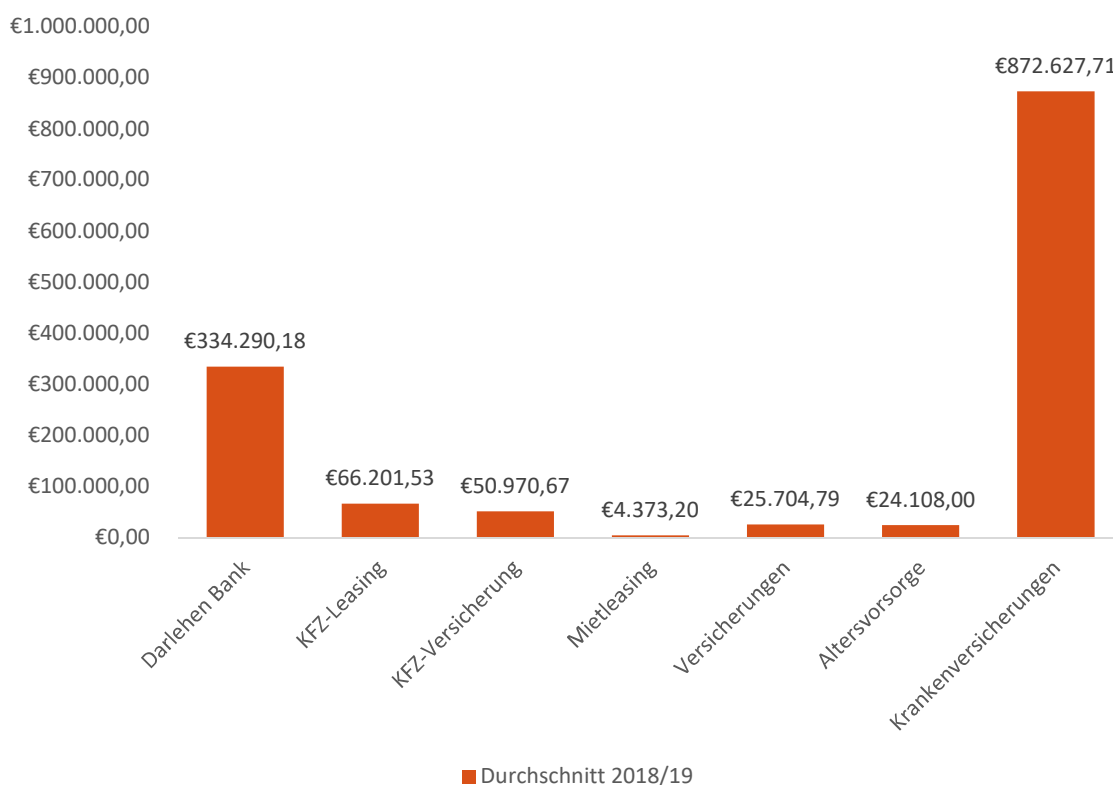


Abbildung 2: Aufschlüsselung der Finanzpartner*innen nach Bereichen

Aus diesen Zahlen geht hervor, dass die größten Finanzpartner*innen nicht die Banken, sondern die Krankenversicherungen sind. Um zu wissen, wo das Geld des Unternehmens arbeitet, sollte hierauf



ein Augenmerk gelegt werden. Nach dieser Aufschlüsselung sind die drei größten Finanzpartner*innen wie folgt:

- | | |
|---------------------------|----------------------|
| 1. Krankenversicherungen: | 872.627,71 € |
| 2. Darlehen bei Banken: | 334.290,18 € |
| 3. KFZ-Leasing: | 66.201,53 € (brutto) |

Bei den Darlehen der Banken schien es interessant, zusätzlich einen Blick auf die im Berichtszeitraum gezahlten Zinsen zu werfen, um zu sehen, welchen zusätzlichen Gewinn das Unternehmen den Banken ermöglichte. Im Berichtszeitraum wurden durchschnittlich Zinsen in Höhe von 12.949,79 € gezahlt, bzw. insgesamt 25.899,58 €. Im Vergleich zum letzten Berichtszeitraum sind die Zahlungen gestiegen: Damals betragen die Zinszahlungen 10.681,04 € durchschnittlich bzw. 21.362,08 € insgesamt.

In der folgenden Grafik wird tiefer ins Detail gegangen. Für jeden einzelnen Bereich werden die drei bis vier größten Finanzpartner*innen des Unternehmens aufgelistet. So ist es möglich, beispielsweise innerhalb der Krankenkassen zu erkennen, an welche der größte Betrag fließt.

Auf der folgenden Seite sind die drei bis vier größte Finanzpartner*innen zu sehen, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsbereichen:



B EIGENTÜMER*INNEN UND FINANZPARTNER*INNEN

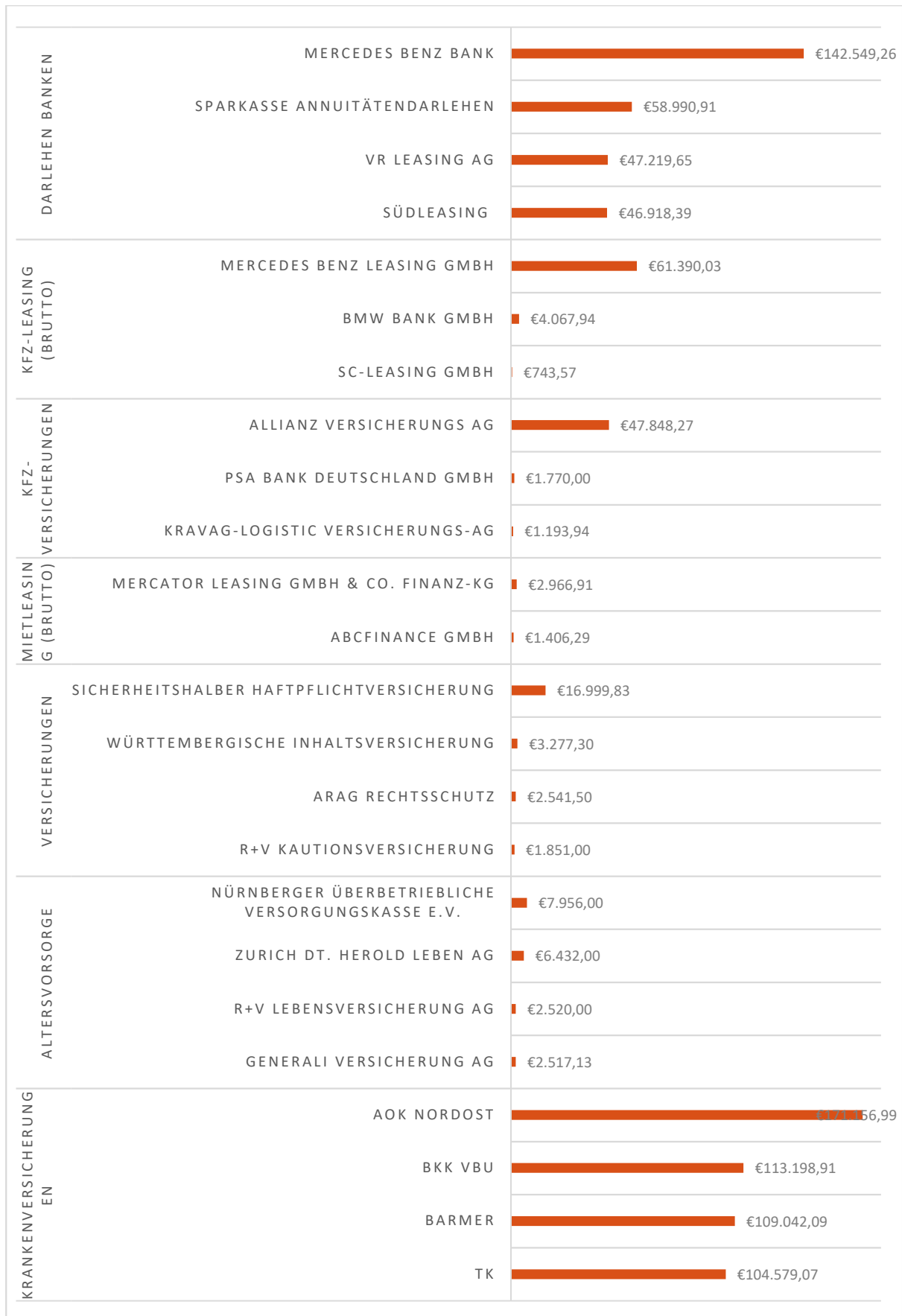


Abbildung 3: Drei bis vier größte Finanzpartner*innen, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsbereichen



Hier wird ersichtlich, dass im Detail die drei größten Finanzpartner*innen folgende sind:

1. AOK Nordost:	171.156,99 €
2. Mercedes Benz Bank:	142.549,26 €
3. BKK VBU:	113.198,91 €

Bei der Bewertung der Nachhaltigkeit dessen, wo das Geld der Gebäudeservice Wodara GmbH „arbeitet“, stimmt es positiv, dass die größten Posten mit Krankenkassen besetzt sind, dazu noch gesetzlichen. Dies passt zum Leitbild, den Fokus auf die Mitarbeitenden zu legen, da hiermit ein solidarisches System mitfinanziert und ein wesentlicher Beitrag zum Gemeinwesen geleistet wird. Es gab einen Anstieg bei den AOK-Beiträgen, was im Wesentlichen auf eine Kooperation aus dem Jahr 2018 und eine gute Zusammenarbeit zurückzuführen ist.

Die Mercedes Benz Bank glänzt jedoch nicht durch ihre Nachhaltigkeit, zur Finanzierung des unbedingten Fuhrparks ist sie jedoch schwer ersetzbar. Auf den Fuhrpark und mögliche Verbesserungen wird in D3 genauer eingegangen.

Im Berichtszeitraum wurden durchschnittlich 1.069,29 € bzw. insgesamt 2.138,57 € Zinsen an die Mercedes Benz Bank gezahlt. Im Vergleich zum letzten Berichtszeitraum hat sich die Zinssumme damit halbiert, damals wurden durchschnittlich 2.039,13 € bzw. insgesamt 4.078,25 € Zinsen gezahlt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Das Annuitätendarlehen der Sparkasse, das im Rahmen des Umzugs aufgenommen wurde, konnte zu großen Teilen getilgt werden.
- Es wurden weniger Zinsen an die Mercedes Benz Bank gezahlt.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... das Konto bei der Deutschen Bank auflösen.

... ein Konto bei einer Ethik-Bank eröffnen. Dabei wird überprüft, ob die gleichen Kontokorrenten übernommen werden können.

... aktuelle Vertragspartner*innen für Nachhaltigkeit sensibilisieren.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln [30%]

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung [30%]

Einsteigend lässt sich sagen, dass für die Eigentümer der Gebäudeservice Wodara GmbH das Wohlergehen des Unternehmens höchste Priorität hat. Gewinne werden nicht an die Eigentümer ausgezahlt, sondern verbleiben im Unternehmen und kommen ihm somit zugute.

Im Folgenden ist die Berechnung des Mittelüberschusses, auch operativer Cash-Flow genannt, dargestellt:



	2019	2018	Durchschnitt 2018/2019
Jahresüberschuss	88.459,06 €	- 805,45 €	43.826,81 €
+ Abschreibungen	137.361,10 €	119.605,27 €	128.483,19 €
- Zuschreibungen	- €	- €	- €
+ Zunahme Rückstellungen	5.561,45 €	- 28.957,33 €	- 11.697,94 €
- Gewinn aus Abgang Anlagevermögen	- €	- 7.998,00 €	- 3.999,00 €
+ Verlust aus Abgang Anlagevermögen	- €	- €	- €
- Zunahme Vorräte, Forderungen Lieferungen und Leistungen, sonstige Vermögensgegenstände	14.489,43 €	- 108.405,72 €	- 46.958,15 €
+ Zunahme Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	36.207,75 €	- 19.276,65 €	8.465,55 €
Operativer Cash-Flow	282.078,79 €	- 45.837,88 €	118.120,46 €

Der Mittelüberschuss bzw. operative Cash-Flow betrug im Berichtszeitraum durchschnittlich 118.120,46 €, was jedoch vor allem am starken Jahr 2019 liegt.

2019 wies einen Mittelüberschuss in Höhe von 282.078,79 € auf, während 2018 im Vergleich ein Minus von -45.837,88 € verzeichnete.

Hier konnte das Ziel der Cash-Flow-Steigerung eindeutig umgesetzt werden: Im letzten Berichtszeitraum betrug er lediglich 34.638,23 €. Die Liquidität des Unternehmens ist somit deutlich gestiegen, was ein vorbildliches Zahlungsverhalten ermöglicht.

Wie oben in der Tabelle zu sehen ist, weichen die beiden Jahre des Berichtszeitraums stark voneinander ab, weswegen hier ein Blick auf die einzelnen Jahre statt nur auf den Durchschnitt aussagekräftiger ist.

Durchschnittlich ist eine Reduzierung der Rücklagen mit -11.697,94 € zu verzeichnen, was jedoch hauptsächlich am Jahr 2018 liegt. Im Jahr 2019 gab es eine Zunahme der Rückstellungen in Höhe von 5.561,45 €.

Eingangs wurde davon gesprochen, dass alle Gewinne im Unternehmen verbleiben. Unter anderem ermöglicht dies neue Anschaffungen, die im Anlagevermögen wiederzufinden sind. Ein Blick auf die Anlagenzugänge zeigt, dass durchschnittlich Zugänge in Höhe von 222.777,19 € im Berichtszeitraum kamen, was im Vergleich zur letzten Bilanz mit einem Wert von 161.312,47 € deutlich gestiegen ist.



Anlagevermögen	Zugänge 2019	Zugänge 2018	Durchschnitt 2018/19
entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	880,00 €	750,00 €	815,00 €
technische Anlagen und Maschinen	0,00 €	14.282,65 €	7.141,33 €
andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	184.997,10 €	244.644,62 €	214.820,86 €
Genossenschaftsanteile	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Gesamt	185.877,10 €	259.677,27 €	222.777,19 €

Bei einer detaillierten Betrachtung fällt auf, dass dieser Anstieg von einzelnen Posten getrieben ist.

Anlagevermögen	Größter Posten	Durchschnitt 2018/19
entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	EDV-Software (440 €)	815,00 €
technische Anlagen und Maschinen	Aufsitz-Scheuersaugmaschine (6.641,33 €)	7.141,33 €
andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	Einbauten in fremde Grundstücke (51.278,44 €)	214.820,86 €
Genossenschaftsanteile	-	0,00 €
Gesamt		222.777,19 €



In der Kategorie „technische Anlagen und Maschinen“ macht beispielsweise die Anschaffung einer Aufsitz-Scheuersaugmaschine einen Großteil aus mit 6.641,33 € der 7.141,33 €.

Im Bereich „andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung“ ist der größte Treiber der Posten „Einbauten in fremde Grundstücke“ mit 51.278,44€, gefolgt vom „Multicar Tremo Carrier B-WO 171“, einer Schneeräummaschine für den Winterdienst mit 20.940,31 €.

„Einbauten in fremde Grundstücke“ ist ein bilanzieller Posten, der die Wertschaffung im Rahmen des Umzugs sichtbar macht.

Insgesamt machen Anschaffungen für den Fuhrpark, in dem auch Fahrzeuge wie der Schneeräumer mit inbegriffen sind, 107.225,16 € der durchschnittlichen Zugänge in diesem Bereich aus.

Abbildung 4: Die Aufsitz-Scheuersaugmaschine



Hier zeigt sich erneut das langfristige Denken der Gebäudeservice Wodara GmbH. All diese Anschaffungen sind Investitionen in die Zukunft mit langer Nutzungsdauer. Dabei wird auf Qualität und lange Haltbarkeit gesetzt.



Abbildung 5: Fahrzeuge für den Winterdienst. Das dritte von links ist die im Text genannte Schneeräummaschine

Der Posten Genossenschaftsanteile stammt vom Geschäftskonto bei der Volksbank eG.

Im Rahmen der Bilanzierung wurde der Gesamtbedarf der Zukunftsausgaben für die nächsten Jahre geschätzt. Pro Jahr müssten im Schnitt 200.000 € investiert werden. In der Vergangenheit wurde dieser Wert nicht strategisch erfasst, Investitionen sind organisch erfolgt, wenn sie nötig waren.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Der Cash-Flow wurde gesteigert: Im letzten Berichtszeitraum betrug er 34.638,23 €, jetzt beträgt er 118.120,46 €.
- Es wurde ein besserer Jahresüberschuss erzielt und der Gewinnvortrag gesteigert.
- Alle Gewinne sind dem Unternehmen zu Gute gekommen, es wurden keine Gewinne an die Eigentümer*innen ausgezahlt.

Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel [0%]

Die Gebäudeservice Wodara GmbH hat im Berichtszeitraum weder Standorte trotz Gewinnlage verlagert noch Arbeitsplätze trotz stabiler Gewinne abgebaut. Es wurden auch keine Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt.



B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung [10%]

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen [20%]

Der ökologische Sanierungsbedarf wurde im Rahmen der Zukunftsausgaben abgeschätzt. In den Gesprächen mit den Abteilungsleitenden wurde gefragt, welche Kriterien sie bei größeren Neuanschaffungen berücksichtigen. Es wurde deutlich, dass die Nachhaltigkeits-Komponente durchweg eine große Rolle spielt. Vor allem die lange Haltbarkeit und das langfristige Denken ziehen sich weiter wie ein roter Faden durch das Unternehmen. So wurde durchweg geäußert, dass nur bei hochwertigen Marken gekauft werde, da andere Geräte eine schlechtere Qualität und geringere Haltbarkeit aufweisen. Dies wurde in Bezug auf Gerätschaften, Arbeitskleidung und den Fuhrpark geäußert. So wurde zum Beispiel in der Abteilung Grünanlagenpflege erzählt, dass anfangs noch vermehrt über Baumärkte, die niedrigere Preise bieten, gekauft wurde, dann jedoch schnell gemerkt wurde, „dass das nichts bringe“. Über einen Aufsitzrasenmäher, der seit 1995 genutzt wird, fiel der Satz: „Man gibt einmal mehr Geld aus, aber dann nutzt man es auch jeden Sommer.“ Auch in Bezug auf den Fuhrpark wurde gesagt: „Wir nehmen nur Marken, die wirklich lange halten.“, wobei gleichzeitig auch der Wunsch geäußert wurde, nach Alternativen für den Ist-Zustand des Fuhrparks zu suchen und Mitarbeitenden andere Wege der Mobilität zu eröffnen, um den Fuhrpark zu reduzieren. Es lässt sich eine wachsende Sensibilität für den Nachhaltigkeits-Gedanken feststellen, der den Personen jedoch oft nicht bewusst zu sein scheint, sondern als selbstverständliches Augenmerk auf Qualität und Langlebigkeit empfunden wird. Hier könnte man das (Selbst-)Bewusstsein dafür stärken, dass ökologische Kriterien bereits fester Bestandteil der eigenen sowie der Wertewelt des Unternehmens sind, um diese dann auch gemeinsam schriftlich festzuhalten und nach außen zu transportieren.

Auch soziologische Kriterien spielen bei Neuanschaffungen eine Rolle. Nicht so sehr in dem Sinne, dass auf Menschenwürde in der Wertschöpfungskette des gekauften Produktes geachtet wird, als dass die Nutzung und das Wohlergehen der Mitarbeitenden im Fokus stehen. So wird bei Arbeitskleidung über Label hinaus auf die gute Nutzbarkeit der Stoffe, wie beispielsweise ob sie zu steif für den Sommer sind, geachtet. Bei viel genutzten Geräten ist zum Beispiel eine Umstellung auf Akkus statt Verbrennungsmotoren nicht nur emissionsarmer, sondern schont die Gelenke, Ohren und Lungen der Mitarbeitenden. So sagten zwei Mitarbeitende, die seit Jahrzehnten in der Branche arbeiten, unabhängig voneinander in Gesprächen: „Hätte man viel früher machen müssen, über die Jahre hat man viel schlechtes Zeug eingeatmet.“ und „Hätten wir das früher schon gehabt, hätte ich heute keine Arthrose in der Hand.“

An den Büroräumen selbst sind ökologische Sanierungen leider nicht möglich, da die Räumlichkeiten nur gemietet sind. Beim Umzug und den damit einhergehenden Renovierungen der neuen Räume wurde das Thema Umwelt mitgedacht. So wurden beispielsweise LED-Lampen eingebaut und ein wärmedämmender und leiser Fußboden verlegt. Da das Lager und die Büroräume nun an einem Ort sind, werden die Fahrten reduziert. Im Magazin Nr. 8/2018 wurde ausführlich über den Umzug und die damit einhergehenden Sanierungen berichtet.



ALLES AUF EINER EBENE

KÜRZERE WEGE UND MEHR MITEINANDER

Im neuen, ebenerdigen Büro gibt es keine Treppen, mehr Platz, kürzere Wege, einen Konferenz- und Gemeinschaftsraum, gesundes Licht, Böden mit Wärmedämmung, maßgeschneiderte Möbel, frische Blumen, gesundes Essen ... und natürlich das gleiche Team wie bisher. Alle Lager befinden sich auf dem Grundstück. Zukünftig sparen wir viel Zeit, da wir nicht mehr hin und herfahren müssen.

UPGRADE FÜR DIE TECHNIK

Unsere Technik ist jetzt in einem eigenen, belüfteten und geräuschgedämmten Serverschrank untergebracht. Die Kabel sind möglichst wenig sichtbar verlegt und über ein Rangierfeld zu einem Ganzen verbunden.

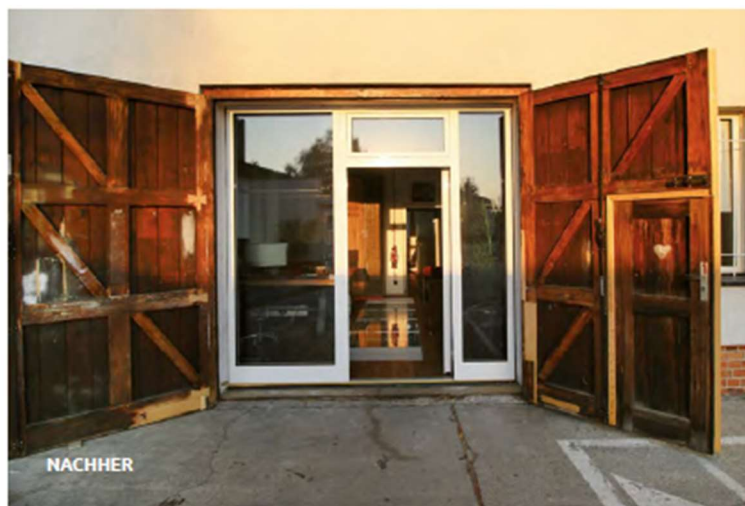


Abbildung 6: Ausschnitt aus dem Magazin Nr. 8/2018

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Bei Neuanschaffungen wurde Nachhaltigkeit in Form von Qualität und Langlebigkeit mitgedacht.
- Bei Neuanschaffungen spielte auch das Wohl der Mitarbeitenden bei der späteren Nutzung eine große Rolle.



Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- ... Alternativen zum Ist-Zustand des Fuhrparks suchen, unvoreingenommen und ergebnisoffen.
- ... den Mitarbeitenden andere Wege der Mobilität eröffnen, um den Fuhrpark zu reduzieren.
- ... das Bewusstsein dafür stärken, dass ökologische Kriterien bereits fester Bestandteil der eigenen sowie der Wertewelt des Unternehmens sind, um diese dann auch gemeinsam schriftlich festzuhalten und nach außen zu transportieren.

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung [0%]

Die Gebäudeservice Wodara GmbH finanziert keinerlei Projekte mit und hat kein Geld angelegt. Ausnahme sind die bereits erwähnten Genossenschaftsanteile bei der Volksbank eG, die mit einer Dividende von durchschnittlich 19,15 € jedoch zu vernachlässigen sind.

Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen [0%]

Die Gebäudeservice Wodara GmbH nutzt keinerlei ökologisch bedenkliche Ressourcen. Giftige Stoffe wie Asbest, die auf Baustellen mitunter auftreten können, werden stets von anderen, darauf spezialisierten Unternehmen fachgerecht entsorgt.

B4 Eigentum und Mitentscheidung [10%]

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur [10%]

Das Stammkapital sowie die Kapitalrücklagen gehören zu 100 % dem Unternehmen, welches aus zwei Gesellschaftern besteht. Hauptstimmrecht hat der geschäftsführende Gesellschafter mit einem Stimmrecht von 75 %, dem anderen Gesellschafter gehören 25 % Stimmrecht.

Jedoch werden die Mehranteile des Stimmrechtes bei der Gesellschafterversammlung nicht genutzt, um eigene Belange vorzutragen und durchzudrücken. Entscheidungen werden fair und konstruktiv getroffen und beschlossen. Darüber hinaus werden die Abteilungsleitenden und das Team in Entscheidungen mit einbezogen wie z. B. beim Umbau der neuen Geschäftsräume.

Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme [0%]

Das Unternehmen hat weder eine feindliche Übernahme geplant, noch ist eine solche im Berichtszeitraum erfolgt.



C MITARBEITENDE [34%]

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 und Finanzpartner*innen	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investition 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	D1 Ethische Kund*innen-Beziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	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

Hier geht es um den Umgang mit den Mitarbeitenden und untereinander. In **C1** stecken Fragen zum Miteinander, zum Umgang mit Fehlern, Konflikten, ... Auch die Themen Weiterbildung, Gesundheit und Diversität werden in diesem Aspekt betrachtet. In **C2** geht es um die Verträge, Zeiten, Verdienste und Arbeitsmodelle. In **C3** geht es um Ernährung und Mobilität. In **C4** geht es um Mitbestimmung, Transparenz, und wie sehr Mitarbeitende bei Entscheidungen einbezogen werden.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz [50%]

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur [50%]

Die Mitarbeitenden nehmen eine zentrale Rolle im Selbstverständnis der Gebäudeservice Wodara GmbH ein. So lautet die Vision „Wir sind ein nachhaltiger Premiumanbieter für Gebäudeservice, weil wir der attraktivste Arbeitgeber im Handwerksbereich sind und alle Mitarbeiter unser Leitbild bis ins letzte Detail leben.“ Die Türen aller Büros, auch das des Geschäftsführers, sind stets offen, sodass alle Mitarbeitenden ihre Anliegen jederzeit vortragen können, um dann gemeinsam eine Lösung zu finden. Mit Sebastian Hemme wurde im September 2019 ein eigener Mitarbeiter zur Umsetzung der Gemeinwohl-Werte eingestellt. Dadurch soll sichergestellt werden, dass Probleme direkter angesprochen werden und eine bessere Umsetzung der Theorie in die Praxis erfolgt.

Die durchschnittliche Fluktuationsrate betrug im Berichtszeitraum 16,47%. Die Betriebszugehörigkeit liegt im Durchschnitt bei 3,9 Jahren. Es gibt jedoch zahlreiche Mitarbeitende, die schon sehr lange im



Unternehmen sind: 18 Mitarbeitende sind bereits seit mehr als 10 Jahren bei der Gebäudeservice Wodara GmbH und siebzehn zwischen 5 und 10 Jahren.

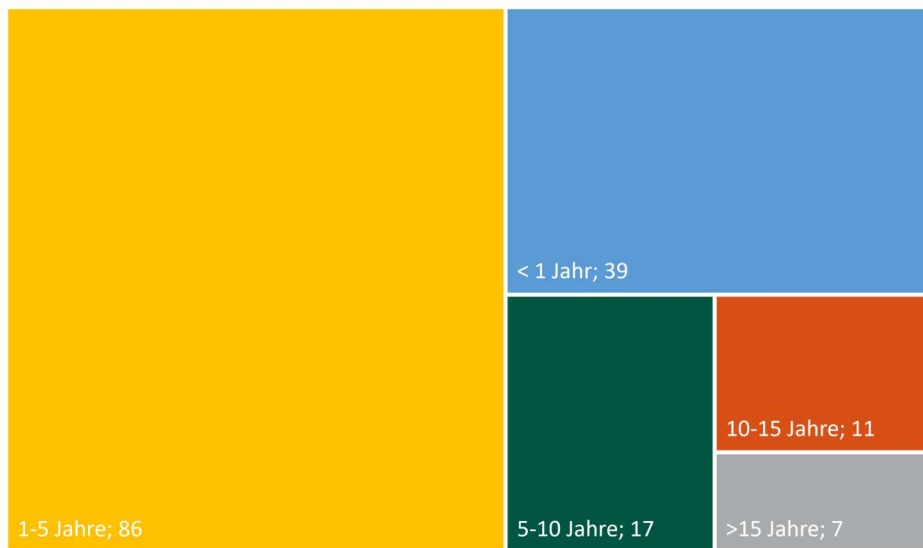
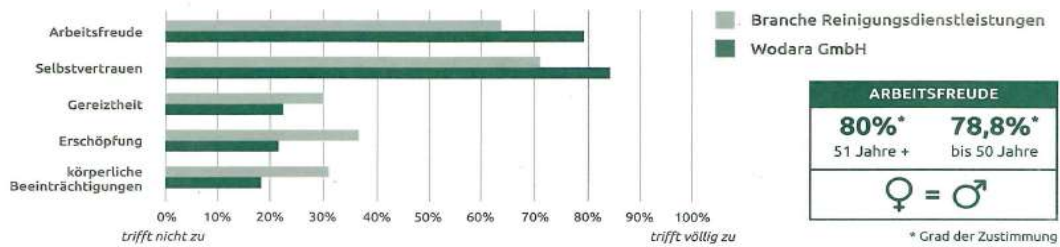


Abbildung 7: Betriebszugehörigkeit; Anzahl Mitarbeitende (Stand 08/2020)

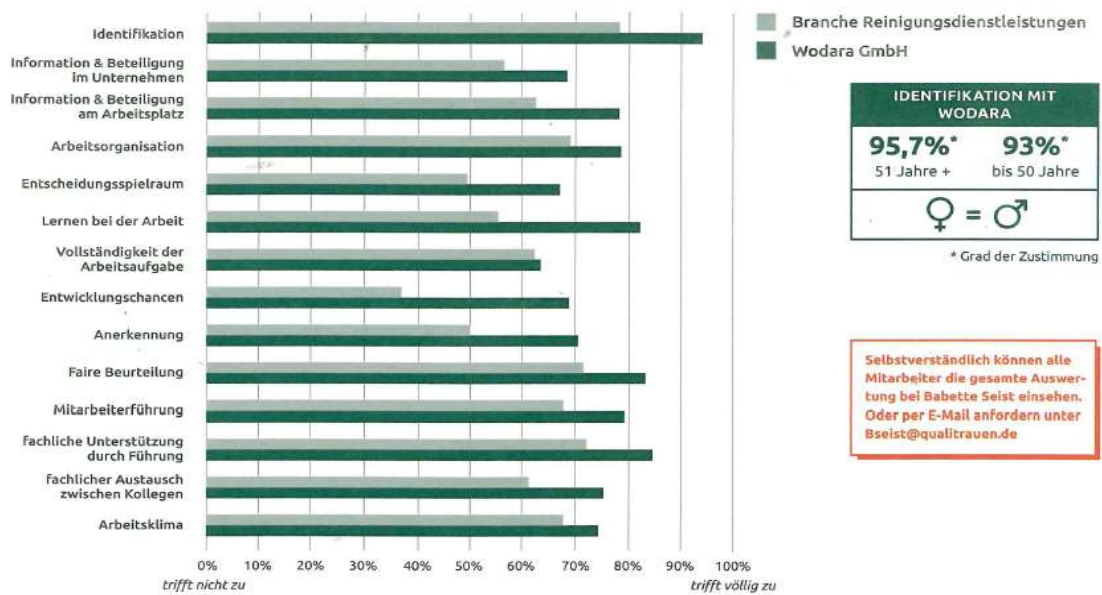
Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden wurde zuletzt 2018 im Rahmen einer Zusammenarbeit mit der AOK erhoben, und nun 2020 im Rahmen der Bilanzerstellung. Mit der Einführung der neuen Mitarbeitendenplattform Coyo zur Zeit gibt es nun ein einfacheres Tool dafür.



GESUNDHEITSINDIKATOREN



GESUNDHEITSPOTENZIALE



GESUNDHEITSGEFÄHRDUNGEN

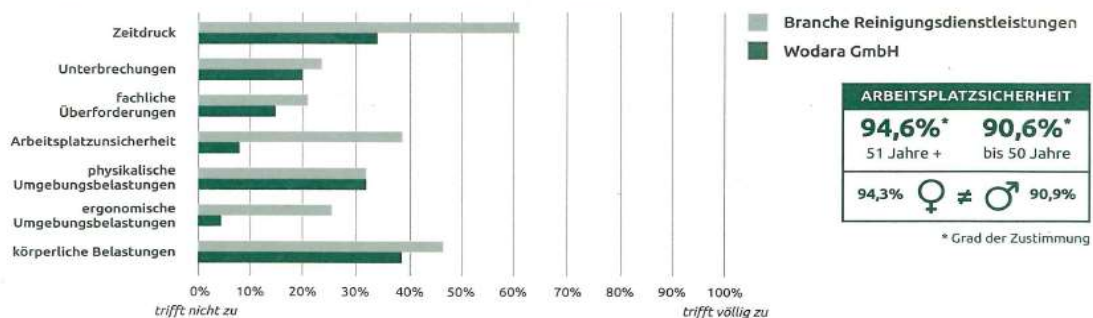


Abbildung 8: Ausschnitt aus der AOK-Umfrage von 2018

In der AOK-Umfrage von 2018 wurde deutlich, dass die Mitarbeitenden die Gebäudeservice Wodara GmbH als überdurchschnittlich positiv im Vergleich zur Branche empfinden.

Einige von der Vollbilanz geforderte Indikatoren fehlen leider, da sie nicht systematisch erfasst werden. So gehen beispielsweise viele Bewerbungen beim Unternehmen ein, vor allem bei niedrigschwelligen Ausschreibungen und als Initiativ-Bewerbungen, deren Anzahl wird jedoch nicht gezählt und festgehalten. Dasselbe gilt für die Fort- und Weiterbildungen, die von Mitarbeitenden in Anspruch genommen werden. Es werden vor allem zahlreiche fachspezifische Fortbildungen genutzt,



oft auch in Zusammenarbeit mit den Lieferant*innen. Deren Zahl wird jedoch nicht zentral erfasst. Im Rahmen der AOK-Umfrage wurden beispielsweise mehrere Workshops zum Thema „Resilienz am Arbeitsplatz, gesunde Führung und Kommunikation“ durchgeführt.

Auszubildende

Das Unternehmen ist ein Ausbildungsbetrieb und hatte im Berichtszeitraum jederzeit mindestens eine*n Auszubildende*n im Betrieb.

Feiern von Erfolgen / Wertschätzung

Im Magazin, das dreimal im Jahr erscheint und an alle Mitarbeitenden sowie Kund*innen verschickt wird, spielen die Mitarbeitenden, ihre Erfolge und Neuigkeiten, eine große Rolle. So wird über Neueinstellungen, abgeschlossene Ausbildungen oder Fortbildungen mit einem Foto der*s Mitarbeitenden berichtet, sowie über Abschiedsfeiern von Mitarbeitenden, die das Unternehmen verlassen. Außerdem wird immer wieder auf Fort- und Weiterbildungen hingewiesen, die die Mitarbeitenden in Anspruch nehmen können. Die bisher erschienenen Ausgaben sind alle auf der Homepage frei zugänglich: <https://www.qualitrauen.de/index.php/downloads/>



HALBZEIT!

LEHRLING MARVIN MIEDZA FEIERT BERGFEST

Herzlichen Glückwunsch zum Bergfest, Marvin! Jetzt geht es gleich weiter mit der zweiten Hälfte der 3-jährigen Ausbildung zum Glas- und Gebäudereiniger. Wir drücken die Daumen für die verbleibenden eineinhalb Jahre und wünschen dir einen erfolgreichen Weg in unserem Unternehmen.



Abbildung 9: Ausschnitt aus Magazin Nr. 10/2019

Miteinander im Unternehmen

In den Gesprächen wurde stets gefragt, wie das Miteinander im Unternehmen empfunden wird. Hier kamen sehr durchmischte Aussagen, die in ihrer teilweisen Widersprüchlichkeit einerseits die große Menschlichkeit und Offenheit, auf der anderen Seite aber auch einen großen Wunsch nach Verbesserungen in der Kommunikation und dem Umgang miteinander offenbarten.

So wurde beispielsweise auf der einen Seite großes Lob ausgesprochen: „Die Firma Wodara fühlt sich wie Familie an. Alle absolut korrekte Leute. Der Ablauf ist komplett korrekt, besser kann man es nicht haben.“ Auf der anderen Seite kam im gleichen Gespräch jedoch ein Unmut über eine mangelnde Konfliktlösungsfähigkeit zum Vorschein.

Da Pandemie-Bedingt und aus Zeitgründen nur stichprobenartig und nur mit Personen aus dem Management, die sich auch häufig in den Büroräumen aufhalten, Gespräche geführt werden konnten, fällt hier die Einschätzung schwer, welche Eindrücke persönlicher Natur sind und welche Tendenzen im gesamten Unternehmen widerspiegeln. Im Folgenden wird demnach mehrfach Genanntes



geschildert, untermalt mit beispielhaften Zitaten, um ein authentisches Bild des Unternehmens darzubieten.

In durchweg allen Gesprächen wurde eine große Wertschätzung für den Geschäftsführer Mario Wodara geäußert und dass allgemein ein „kumpelhafter“ und „wertschätzender“ Umgang herrsche. Es wird ein sehr familiärer und persönlicher Umgang gepflegt, bei dem viele schnell per Du sind. Es scheint jedoch einen Unterschied in der Wahrnehmung des Umgangs innerhalb und zwischen den einzelnen Abteilungen zu geben.

Innerhalb der Abteilungen kamen durchweg positive Rückmeldungen, sowohl was das allgemeine Miteinander als auch den Umgang mit Konflikten und Fehlern sowie die Förderung individueller Stärken angeht. So wurde deutlich, dass durchweg in allen Abteilungen die Gruppe als Gesamtes im Blick gehalten wird.

Die Umfrage an alle Mitarbeitenden bestätigt diesen Eindruck: Es wurde angegeben, dass immer bzw. oft respektvoll, achtsam und wertschätzend miteinander umgegangen werde, sowie dass Konflikte fair ausgetragen und konstruktiv gelöst würden.

Umgang mit Fehlern

Im Umgang mit Fehlern scheint es innerhalb der Abteilungen eine sehr gesunde und dem Gemeinwohl-Ökonomie-Ideal entsprechende Auffassung von Fehlern zu geben. Man müsse „Fehler selbst eingestehen können“ und den Mitarbeitenden als Menschen sehen „mit Höhen und Tiefen“, bei denen „nicht jeder Tag gleich“ sei. In einem Gespräch wurde ohne Zutun das Ideal der Gemeinwohl-Ökonomie quasi beschrieben: „Fehler müssen nichts Negatives sein, da kann man viel Positives raus mitnehmen. Man muss nur den daraus entstehenden Schaden für Unternehmen und Mitarbeitende kleinhalten.“ Wichtig sei dabei, gemeinsam eine Lösung zu finden, denn: „Ich habe nur einen Kopf, aber da draußen sind noch zehn andere zum Mitdenken. Ich kann und ich will das Problem nicht alleine lösen. Ich muss den Leuten das Denken nicht abnehmen, die haben ihren eigenen Kopf.“

Selbstständigkeit und Eigenverantwortung

Bezüglich des selbstständigen und eigenverantwortlichen Arbeitens wurde ein Widerspruch deutlich, der aber großes Potential birgt. Vor allem, da zur Zeit der Wunsch besteht, den Laloux-Gedanken von flachen bis gar keinen Hierarchien und Selbstorganisation in den nächsten Jahren im Unternehmen zu etablieren und umzusetzen. Auf der einen Seite wurde Selbstständigkeit und Eigenverantwortung als wichtiger Wert angesehen, der auch oft schon Umsetzung im Arbeitsalltag finde. Man müsse „ehrlich sein, wenn was nicht passt in beide Richtungen“ und in durchweg allen Abteilungen wurde von einem sehr selbstständigen Arbeiten erzählt, bei dem auch Arbeitszeiten flexibel gesehen werden. Der Mehrwert wurde in mehrfach explizit geäußert. „Man muss den Leuten den Mut geben, Probleme selbst zu lösen. [...] Wie so ein Kreislauf ist das wieder. Wenn man das geschafft hat, ist der Mitarbeiter wieder motiviert.“ Mitarbeitende werden gehört und einbezogen: „Es entstehen Diskussionen, bei denen jemand eine bessere Idee hat, dann wird die auch umgesetzt.“

Auf der anderen Seite wurden Zweifel an der Umsetzbarkeit und der Fähigkeit vor allem der jüngeren Mitarbeitenden zu Selbstständigkeit geäußert. Es schien auch Unmut zu herrschen, dass die Jüngeren sich schnell an den Geschäftsführer wenden, was jedoch neben der Interpretation als mangelnde Eigenverantwortung auch als positives Zeichen des „Um Hilfe Fragens“ bei Problemen gesehen werden kann.



Förderung individueller Stärken

Auch ein Blick für die Vielfalt der Menschen und die Förderung individueller Stärken ist eindeutig vorhanden. Mitarbeitende werden „mit ins Boot genommen“, und man versuche, „Stärken herauszukitzeln und zu fördern“. Es „werde geschaut, wer was gut kann, aber am Ende [sei man] immer noch ein Team.“ Das Selbstverständnis als stets lernende Organisation und Führungsperson wurde ebenfalls geäußert: „Das Leben geht immer weiter, wir lernen immer dazu.“

Hier gibt es Überschneidungen mit „C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden“. Es wurde deutlich, dass die Förderung individueller Stärken als Mehrwert empfunden wird: „Wenn jemand eine andere Idee hat, lassen wir die immer mehr zu und fördern die auch, dadurch wurde Eigenverantwortung und Kreativität gefördert.“ Auch mit C1.3 gibt es Überschneidungen. Zum Thema Diversität wurde ebenfalls die Wertvorstellung geäußert, dass der „Mensch im Vordergrund [stehen solle]: Jeder kann alles, [aber man sollte auch] individuelle Stärken fördern.“

Widerspruch: Innerhalb vs. Zwischen den Abteilungen

Aus den Gesprächen ergibt sich jedoch ein anderes Bild, was den Umgang zwischen den Abteilungen betrifft. Hier scheint es einen großen Wunsch nach einer verbesserten Kommunikation zu geben. „Wir müssen alle freundlicher miteinander werden“, wie es so treffend zusammenfassend formuliert wurde. Einerseits scheinen die Spannungen häufig an einem Gefühl des „Herum-kommandiert-Werdens“ und einer mangelnden Wertschätzung im Umgangston zu liegen. Andererseits scheint auch schlichtweg ein Raum zu fehlen, in dem Unmut geäußert und Spannungen gelöst werden können. Im Berichtszeitraum gab es noch regelmäßige Team-Meetings, deren Wegfall Mitte 2020 oft in den Gesprächen bedauert wurde. Es wäre somit wichtig, wieder regelmäßige Team-Meetings einzuführen, um einen Raum für Entscheidungsfindungen und Konfliktlösungen zu bieten. Diese wurden damals als großer Mehrwert empfunden und es wäre eine gute Lösung für den Gesamteindruck, dass häufig mehr übereinander als miteinander geredet wird.

Aus den Erzählungen über den Umgang innerhalb der Abteilungen wurde deutlich, dass die Kompetenzen für eine wertschätzende Kommunikation und lösungsorientierte Zusammenarbeit prinzipiell vorhanden sind. Hier könnte angesetzt werden, um auf diese vorhandenen Kompetenzen zurückzugreifen und diese auch auf der Management-Ebene zu stärken und zu fördern.

Die Bereitschaft scheint da zu sein, denn es zogen sich auch Aussagen durch alle Gespräche hinweg, die ein starkes Gemeinschaftsgefühl bzw. den Wunsch nach einer Stärkung desselben ausdrücken. Ein möglicher Ansatzpunkt, der in den Gesprächen zum Vorschein trat, ist die Minderung des Konkurrenzgefühls zwischen den verschiedenen Abteilungen und stattdessen eine Identifikation mit der Gebäudeservice Wodara GmbH als Ganzes zu stärken. Zahlreiche Aussagen aus den Gesprächen belegen diesen Wunsch: „Wir sind es ja. Das ist unsere Fima, das muss alles im Haus bleiben [...]“

„Manche haben Angst, Geld an andere Abteilungen abzugeben. Dieses Denken ist unverständlich, weil alle im gleichen Pott sitzen. Aber das müsste man erstmal begrifflich machen: Das ist unser Pott. Dieses Stück Kuchen hast du reingebracht, das du, aber trotzdem sind wir noch eine Torte.“

„Wenn man gemeinsam bestellt, bekommt man bessere Konditionen. Manche machen ihr Eigending, dann können sie auch nicht davon profitieren.“

Auch auf das Gefühl von Neid und Missgunst beim Vergleich des Umsatzes verschiedener Abteilungen wurde geäußert: „Das macht psychisch was.“



Dies müsste ins Bewusstsein gerückt werden, um dann gemeinsam Wege zu suchen, wie man dieses Gemeinschaftsdenken auf der Managementebene stärken könnte, und gemeinsam Maßnahmen und Konsequenzen zu entwickeln.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Mit Sebastian Hemme wurde im September 2019 ein eigener Mitarbeiter zur Umsetzung der Gemeinwohl-Werte eingestellt.
- Die Zufriedenheit und Gesundheit der Mitarbeitenden wurde 2018 mit einer Umfrage in Zusammenarbeit der AOK erhoben.
- Es wurde dreimal jährlich ein Magazin veröffentlicht, indem über Aktivitäten des Unternehmens sowie Mitarbeitende und ihre Erfolge berichtet wurde.
- Im Rahmen der AOK-Umfrage wurden mehrere Workshops zum Thema „Resilienz am Arbeitsplatz, gesunde Führung und Kommunikation“ durchgeführt.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... das Gemeinschaftsgefühl stärken. Alle werden sich mehr als ein Unternehmen sehen und das Konkurrenzgefühl zwischen den Abteilungen reduzieren.

... in einer Neuauflage des Leitbilds gemeinsam Grundwerte festlegen und bei der Neueinstellung kommunizieren.

... zwischen den Abteilungen kooperieren, damit die Auszubildenden herausfinden können, wo ihre Interessen liegen, z.B. möglich bei Baumaßnahmen und Bauendreinigungen

... über den Nichtschülerabschluss aufklären. Nach 5-6 Jahren Arbeit im Beruf kann man sich zu einer Zulassung zur Abschlussprüfung ohne Berufsausbildung bei der IHK anmelden.

...grundsätzlich einen Plan für Aus- und Weiterbildung entwickeln. Dabei soll es Fortbildungen zu folgenden Themen geben: Führung, wertschätzende und respektvolle Kommunikation, Vorbereitung auf leitende Positionen, fachspezifische Fortbildungen, kultursensibler Umgang und Konfliktlösung. Letzteres eventuell auch mit einer Moderation für Konflikte.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz [50%]

Die Krankheitsquote lag im Berichtszeitraum bei durchschnittlich 4,88%. Kranke Mitarbeitende sind grundsätzlich angehalten, zu Hause zu bleiben. Es wurden in der Zeit insgesamt 19 Betriebsunfälle gemeldet.

Zum Thema Gesundheit wurden im Berichtszeitraum mehrere Maßnahmen durchgeführt. Das Thema Arbeitsschutz und Gesundheit ist in einem handwerklichen Betrieb von äußerster Wichtigkeit, da es ein körperlich sehr anstrengendes Gewerbe ist. In den Gesprächen wurde dieser Aspekt immer wieder betont, da dies ein großer Unterschied zu anderen Branchen darstellt und die Gesundheitsaspekte stark von klassischen Büroisiken abweichen. So spielt eine gute Arbeitskleidung eine weitaus wichtigere Rolle, wobei die Gebäudeservice Wodara GmbH über den gesetzlichen Standard hinaus geht. Auch bei der Auswahl neuer Geräte ist (wie in B3 beschrieben wurde) neben Qualität und Langlebigkeit auch die Verbesserung der Gesundheit der Mitarbeitenden durch die Nutzung ein wichtiges Kriterium, wie in den folgenden Beispielen deutlich wird.

Es gibt zahlreiche Beispiele, wie den Mitarbeitenden der Arbeitsalltag erleichtert und auf ihre Gesundheit geachtet wird. In der Farbe & Fliesen & Innenausbau-Abteilung wird körperlich stark



belastende Arbeit (wie zum Beispiel das Schleppen von Materialien in hohe Stockwerke ohne Aufzug) durch Freizeitausgleich oder längere Ruhepausen ausgeglichen.

In der Grünanlagenpflege spielen vor allem neue Geräte eine große Rolle. So wurde der Umstieg von Verbrennungsmotoren auf Akkus als großer Mehrwert gesehen, über die Reduzierung der negativen Umweltwirkungen hinaus. Das geringere Gewicht sowie die Reduzierung von Lärm, Emissionen und Vibration haben zahlreiche Vorteile für die Gesundheit: Sie schonen die Ohren, Lungen und Gelenke. Ein Mitarbeiter sagte darüber:



„Hätten wir das schon früher gehabt, hätte ich heute keine Arthrose in der Hand.“, eine andere Mitarbeiterin meinte „hätte man viel früher machen müssen, über die Jahre hat man viel schlechtes Zeug eingeatmet. [...] Ich denke, dass die Knochen von denen, die jetzt arbeiten, nicht mehr ganz so kaputt sind wie unsere.“

Der familiäre Charakter des Unternehmens spiegelt sich auch im Thema Gesundheit wider. Es wird über den reinen Arbeitsalltag hinaus auf die Gesundheit der Mitarbeitenden geachtet und Unterstützung geleistet. In den Gesprächen wurde einmal erzählt, dass der Geschäftsführer immer eine*n Spezialist*in vermittelte, wenn jemand ein Problem habe, was auch viel genutzt werde. Bei privaten Behandlungen wie bei Rücken- oder Knieproblemen wurde in Einzelfällen Unterstützung geleistet. Mario Wodara äußerte im Gespräch zu diesem Aspekt seine Frustration über das gesetzliche Gesundheitssystem, dass nicht in der Lage sei, allen Menschen Termine zu verschaffen, weswegen er hier gerne Unterstützung biete. Außerdem haben die Abteilungsleitenden Probleme ihrer Mitarbeitenden wie schwache Hüften stets im Blick und begleiten beispielsweise Mitarbeitende zu ihrer Behandlung persönlicher Probleme wie Neurodermitis oder Zahnbehandlungen, um sie darin zu unterstützen, die bestmögliche Behandlung zu erhalten.

Hier wird deutlich, dass sich weit über gesetzliche Anforderungen und den reinen Arbeitsalltag hinaus um eine gute Gesundheit der Mitarbeitenden bemüht wird und ein sehr persönlicher Umgang miteinander herrscht. Das Gefühl einer „Familie“ scheint hier eine große Rolle zu spielen.

Für die Auszubildenden wurden in Zusammenarbeit mit der AOK Seminare zur Gesundheit angeboten, ein Auszubildender hat im Berichtszeitraum im Rahmen dessen eine Fortbildung zum Thema „Umgang mit Stress“ besucht. Im Berichtszeitraum wurde eine Zeit lang ein Yoga-Kurs für die Mitarbeitenden angeboten, der jedoch leider wegen mangelnder Teilnahme eingestellt wurde.



Im Bereich Höhenarbeiten sind die Sicherheitsbestimmungen aufgrund des erhöhten Risikos schon allein gesetzlich verschärfter. So werden vor jedem Auftrag Gefährdungsbeurteilungen durchgeführt, wie auch in allen anderen Abteilungen, Helme mit Nackenschutz für die sonnigen Monate sind von der Berufs-genossenschaft vorgeschrieben.



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Im Rahmen der AOK-Umfrage von 2018 wurden in den Büroräumen Bewegungs- und Sehanalysen durchgeführt.
- Im Rahmen der AOK-Umfrage wurden mehrere Workshops zum Thema „Resilienz am Arbeitsplatz, gesunde Führung und Kommunikation“ durchgeführt.
- Ein Auszubildender hat ein Seminar zum Thema „Umgang mit Stress“ besucht.
- Zahlreiche Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit wurden durchgeführt. So wurde bei neuen Geräten auf die Förderung der Gesundheit der Mitarbeitenden geachtet. Im Arbeitsalltag werden schwere körperliche Arbeiten durch Freizeitausgleich oder längere Ruhepausen belohnt.
- Der Geschäftsführer hat seine Mitarbeitenden unterstützt, Termine bei Spezialist*innen zu bekommen.
- Es wurde ein Yoga-Kurs für die Mitarbeitenden angeboten, der jedoch leider wegen mangelnder Teilnahme eingestellt wurde.
- Der Geschäftsführer hat seine Mitarbeitenden unterstützt, indem er ihnen bei der Terminvergabe half oder auch Spezialist*innen für zum Beispiel Knie- oder Rückenprobleme vermittelte.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- ... Mitarbeitenden beim Rauchen aufhören helfen.
- ... Sonnenschutz für alle unter freiem Himmel Arbeitenden für die Sommermonate anbieten.
- ... die Unterstützung bei gesundheitlicher Behandlung von Krankenkassen auf mehr Mitarbeitenden ausweiten, eventuell in Zusammenarbeit mit der AOK.
- ... die Teilnahme an Rückenschulungen erhöhen.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit [40%]

Als Handwerksbetrieb ist die Gebäudeservice Wodara GmbH prinzipiell sehr männerdominiert, mit Ausnahme der Unterhaltsreinigung. Da diese jedoch die größte Abteilung ist, ist das Männer-Frauen-Verhältnis über das gesamte Unternehmen gesehen relativ ausgeglichen: Durchschnittlich arbeiteten



im Berichtszeitraum ca. 85 Männer und 64 Frauen im Unternehmen. Unter den Mitarbeitenden in leitenden Positionen dominieren wiederum die Männer: Von den 17 Personen sind nur fünf Frauen. Im Berichtszeitraum waren drei Mitarbeitende in Elternzeit mit einer Dauer von insgesamt 21 Monaten.

Im Berichtszeitraum gab es im Jahres-Durchschnitt 62 Neueinstellungen und 36 Austritte. Im Gespräch mit der Personalerin wurde jedoch deutlich, dass sie eine Aufschlüsselung nach den Dimensionen der Diversität als sehr kritisch sieht, sowohl aus legaler als auch aus persönlicher ethischer Perspektive. Infolgedessen wurde diese Zahl nicht weiter aufgeschlüsselt.

In anderen Dimensionen der Diversität herrscht jedoch eine größere Vielfalt. Gerade bei der Herkunft wird oft in multikulturellen Teams gearbeitet. Es sind mindestens 15 verschiedene Nationen unter den Mitarbeitenden vertreten. Bisher gibt es keine Vorfälle, in denen Beschwerden über Diskriminierung geäußert wurden. Hier könnte jedoch eine Schulung für einen kultursensiblen Umgang einen großen Mehrwert bieten, um das Bewusstsein für Situationen zu steigern, in denen sich Mitarbeitende diskriminiert fühlen könnten.

Bei Neueinstellungen konnte keine Diskriminierung festgestellt werden. „Wir geben jedem eine Chance, egal ob männlich, weiblich, schwarz, weiß, grün, gelb“, wie eine Mitarbeiterin so schön sagte. Jedoch könnte auch hier eine Schulung einen großen Mehrwert bieten, da in den eingehenden Bewerbungen eine große Diversität festzustellen ist.

Gezielte Förderung bei Neueinstellung fand vor allem im Bereich der Langzeitarbeitslosen und geflüchteter Personen statt. Es wurden im Berichtszeitraum mindestens fünf langzeitarbeitslose Menschen eingestellt, was zunächst nicht nur auf Begeisterung bei den Mitarbeitenden gestoßen ist. Dennoch wurden sie gut integriert und vier von ihnen sind auch heute noch geschätzte Mitarbeitende des Unternehmens.

Mario Wodara hat den Beruf der*s Gebäudereiniger*in in Geflüchtetenunterkünften vorgestellt, um deren Integration in den Arbeitsmarkt zu fördern. Das Unternehmen hat ebenfalls die Charta der Vielfalt unterschrieben.

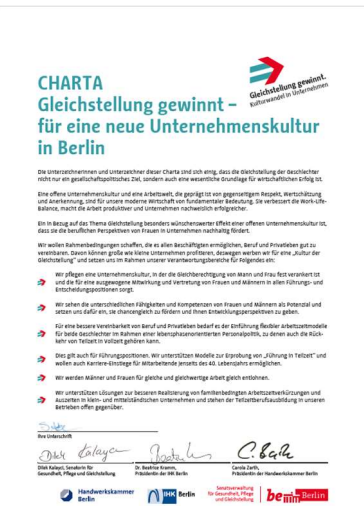


Abbildung 10: Charta der Vielfalt

Besondere Unterstützung erhalten auch ältere Mitarbeitende, die sich dem Rentenalter nähern. Da die Arbeiten oft mit hoher körperlicher Anstrengung einher gehen, wird hier oft eine Minderung der Stunden angeboten, was gerne und oft angenommen wird. Auch ein Wechsel hin zu leichteren Arbeiten wird genutzt. Hier könnte angesichts der Demographie des Unternehmens ein Plan ausgearbeitet werden, wie in den nächsten Jahren mit den Menschen kurz vor der Rente umgegangen wird, da nicht für alle leichtere Arbeiten möglich sein werden.

Maßnahmen, um hierarchische Unterschiede auszugleichen, finden vor allem durch die Förderung individueller Stärken, wie in C1.1 beschrieben, statt. Darüber hinaus wird die Umsetzung des Laloux-Gedanken diskutiert, es herrschen jedoch noch zahlreiche Vorurteile gegen flachere Hierarchien, obwohl gleichzeitig in den Gesprächen deutlich wurde, dass Eigenverantwortung und Selbstständigkeit für wichtig und förderungswert gehalten werden.



Mitarbeitenden, die sich in schwierigen Lebenslagen befinden und keinen Zugang zu konventionellen Krediten haben, greift das Unternehmen mit Mitarbeitenden-Darlehen unter die Arme. So werden diese unterstützt, weiterhin am gesellschaftlichen Leben teilnehmen zu können. Diese Möglichkeit wurde im Berichtszeitraum von neun Menschen pro Jahr in Anspruch genommen.

Das Einzugsgebiet der Gebäudeservice Wodara GmbH erstreckt sich über die komplette Stadt Berlin. Auf den Seiten der Stadt ist die Diversität Berlins übersichtlich dargestellt.

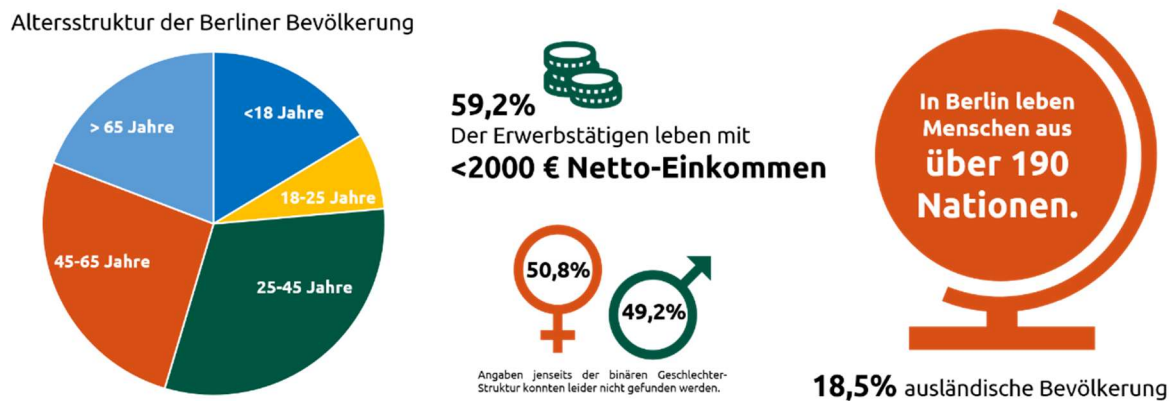


Abbildung 11: Eigene Darstellung mit Daten vom Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

Daten aus:

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2019): Kleine Berlin Statistik. Abrufbar unter: https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/produkte/kleinstatistik/AP_KleineStatistik_DE_2019_BE.pdf (Letzter Zugriff: 02.02.2021)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurden mindestens fünf langzeitarbeitslose Menschen eingestellt.
- Mario Wodara hat den Beruf der*s Gebäudereiniger*in in Geflüchtetenunterkünften vorgestellt.
- Mitarbeitenden, die auf die Rente zugehen, wurde wenn möglich eine Verkürzung der Arbeitszeit angeboten oder eine Umstellung auf leichtere Arbeiten.
- Die Charta der Vielfalt wurde unterschrieben.
- Neun Mitarbeitenden pro Jahr wurde mit einem Mitarbeitenden-Darlehen Unterstützung geboten.

Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen [0%]

Es gab im Berichtszeitraum keine Beschwerden zu menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen. Hierzu ein Statement von Sebastian Hemme:





„Die Gebäudeservice Wodara GmbH bietet keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen.“

Eine Gefahr, dass Mitarbeitende des Unternehmens sich dennoch in Ihrer Würde verletzt fühlen, wird unter anderem in der gesellschaftlichen Sicht und Wahrnehmung der Menschen gesehen, die Reinigungsdienstleistungen vollbringen. Reinigungspersonal muss fast immer außerhalb der regulären Geschäftszeiten arbeiten, Reinigungsdienstleistungen während der regulären Geschäftszeiten sind für viele Personen unvorstellbar. Dies macht Reinigungskräfte unsichtbar und erschwert das Verständnis für ihre oft harte Arbeit. Gehälter, die über den Mindestlohn hinaus gehen, treffen teilweise auf Unverständnis. Geklatscht wurde für Reinigungskräfte nie. Wenn etwas wegkommt, war es „die Putzfrau“.

Zudem ist das Unternehmen, in einer teils polarisierten Gesellschaft, nicht vollständig vor Äußerungen geschützt, welche einzelne Menschen oder auch ganze Menschengruppen herabwürdigen.

Da im derzeit bestehenden Sozialsystem selbst Leistungen zur Grundsicherung noch gestrichen werden können, kann die Gebäudeservice Wodara GmbH zudem nicht ausschließen, dass sich Menschen aus reinem Zwang dem Unternehmen anschließen. So hat zuletzt auch eine Mitarbeiterin eines Jobcenters geäußert, dass bei ihnen als schwer vermittelbar oder unwillig geltende Personen zu Bewerbungen in der als niedrigschwellig geltenden Reinigungsbranche benötigt werden.

All dem gilt es aktiv entgegenzuwirken.“

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge [40%]

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes [50%]

Die Gestaltung der Verdienste orientiert sich am Tarifvertrag der Gebäudereiniger-Innung. Dieser enthält Regelungen rund um das Arbeitsverhältnis. Dazu gehören unter anderem Arbeitszeitregelungen, Zuschläge für Mehr-, Nacht- und Feiertagsarbeiten, Entgeltfortzahlungen im Krankheitsfall, Erholungsurlaub, Kündigungsbestimmungen und Lohngruppen mit jeweiliger Mindestlohnregelung. Da dieser sogar über dem Mindestlohn liegt, wird von einem lebenswürdigen Verdienst ausgegangen. Eine gesamtgesellschaftliche Diskussion, ab wann ein Verdienst als lebenswürdig gilt über Mindestlöhne und Tarifverträge hinaus wird dennoch als nötig und sinnvoll erachtet. Die Gebäudeservice Wodara GmbH hat sich dazu entschlossen, statt einer stufenweisen Tarifierung für die Jahre 2018 bis 2020 direkt den Höchstsatz zu zahlen. Somit wurden die Mitarbeitenden im Berichtszeitraum übertariflich bezahlt.

Das Bild der Gebäudeservice-Branche in der Öffentlichkeit ist oft das von unterbezahlten und überarbeiteten Arbeitskräften. Auf der einen Seite ist diese Vorstellung nicht sehr zutreffend, da der Tarifvertrag einen Mindestverdienst über Mindestlohn sicherstellt. Auf der anderen Seite kommen oft Mitarbeitende, die bereits dankbar sind, dass die Gebäudeservice Wodara GmbH den Lohn stets pünktlich zahlt. Dies soll nicht als Vorteil erwähnt werden, mit dem sich das Unternehmen „schmücken“ kann, sondern um zu verdeutlichen, dass ein Anheben des Branchenstandards wichtig ist. In E1 wird auf diesbezügliche Bemühungen näher eingegangen.



Die innerbetriebliche Spreizung ist mit 1 : 2,5 (10,80 € - 26,63 € pro Stunde) äußerst gering. Allgemein lässt sich festhalten, dass vermehrt Gehaltsunterschiede angeglichen wurden und nun nahezu unternehmensweit gilt „Gleicher Lohn für gleiche Arbeit“, wo früher vermehrt Unterschiede nach Dauer der Betriebszugehörigkeit etc. gemacht wurden. Da hierüber immer wieder Unmut geäußert wurde, besteht das Potential, entweder eine andere Lösung zu finden oder den Mehrwert der Regelung zu verdeutlichen. Interessant war, dass in den Gesprächen das eigene Gehalt zwar meist als fair empfunden wurde, jedoch häufig Zweifel geäußert wurden, ob auch alle im Unternehmen dem zustimmen würden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Mitarbeitenden wurden übertariflich bezahlt
- Die Verdienste wurden angeglichen nach dem Motto „Gleicher Lohn für gleiche Arbeit“.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... den Mehrwert von „Gleicher Lohn für alle“ deutlich machen.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit [30%]

Generell liegt die Wochenarbeitszeit bei 40 Stunden, jedoch gibt es zahlreiche Verträge, die von diesem Modell abweichen. Bereits beim Einstellungsprozess werden Wünsche für Arbeitszeiten erfragt und ein gemeinsamer Kompromiss gefunden. Die selbstorganisierte Bestimmung der Arbeitszeit ist Teil des Arbeitsalltags einiger Mitarbeitender im Unternehmen. Es wird vor allem darauf geachtet, dass nicht zu viel gearbeitet wird und Überstunden nur im Ausnahmefall auftreten. Treten dennoch welche auf, wird mit den Mitarbeitenden besprochen, ob sie diese lieber durch Geld oder durch Freizeit ausgleichen möchten. Das Arbeitszeitkonto gewährleistet hier, dass am Ende keine Überstunden „übrig“ bleiben und wird als großer Mehrwert und gute Steuermöglichkeit gesehen, um darauf achten zu können, dass niemand zu viel arbeitet, und als Lösung für diejenigen Abteilungen wie beispielsweise Grünanlagenpflege, oder Sonderreinigung, die nicht immer die gleiche Arbeit leisten und deren Arbeitszeiten je nach Aufwand variieren.

Es wird Rücksicht auf individuelle Bedürfnisse genommen. So wird beispielsweise einem Mitarbeitenden ein 7h-Vertrag ermöglicht, um sein Familienleben zu erleichtern, obwohl dies eine höhere Komplexität der Planung bedeutet.

Außerdem wird die Flexibilität genutzt, um beispielsweise im Sommer bei mehr Licht und Hitze früher anzufangen oder vier Tage die Woche länger zu arbeiten, um am fünften Tag früher gehen zu können.

Es wurde jedoch gleichzeitig der Wunsch nach der Einführung einer strengeren Arbeitszeiterfassung geäußert. Hier ist abzuwägen, welches Bedürfnis hinter diesem Wunsch liegt und ob es eventuell eine andere Möglichkeit gibt, dem gerecht zu werden, um weiterhin die weithin geschätzte Flexibilität und Eigenverantwortung zu gewährleisten.



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Bei Neueinstellungen wurden Wünsche erfragt und, wenn nötig, individuelle Lösungen gefunden.
- Die Arbeitszeiten wurden flexibel gehandhabt, um beispielsweise im Sommer bei mehr Licht und Hitze früher anfangen zu können.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... einen digitalen Arbeitszeitnachweis anbieten, dabei kann es eventuell auf Vorhandenes zurückgreifen.

C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance [40%]

Die wöchentliche Arbeitszeit beträgt in der Regel 40 Stunden pro Woche, mit 8 Stunden pro Tag. Es gibt jedoch zahlreiche davon abweichende Arbeitsmodelle, um Rücksicht auf die individuellen Bedürfnisse der Menschen zu nehmen. Wie in C2.2 erwähnt werden bereits im Einstellungsprozess die Wünsche erfragt und individuelle Lösungen gefunden. So wird beispielsweise Mitarbeitenden, die auf die Rente zugehen, eine Reduzierung der Stunden angeboten, ebenso wie Mitarbeitenden, deren familiäre Verpflichtungen eine 40-Stunden-Woche nicht zulassen. Bei weiten Arbeitswegen ist Home Office eine gute Möglichkeit, Emissionen und Lebenszeit zu sparen, soweit dies eine Option ist. Im Folgenden werden die von der 40-Stunden-Woche abweichenden Arbeitsmodelle aufgelistet, jeweils mit den Anzahlen der Mitarbeitenden, die ein solches Arbeitsverhältnis haben. Vor allem von Führungskräften werden diese vermehrt in Anspruch genommen.

Mögliche Arbeitsmodelle:

- **Inanspruchnahme der Home-Office-Option:** 3-4 Personen
- **Reduzierte Arbeitszeiten: weniger als 40 Stunden-Woche:** In der Unterhaltsreinigung arbeiten viele Mitarbeitende weniger als 40 Stunden pro Woche. In den anderen Abteilungen sind es nur einzelne Personen.
- **Flexible Arbeitszeiten: Selbstständige Organisation der Arbeitszeiten-Verteilung:** fast alle in der Verwaltung
- **Flexible Arbeitszeiten: Selbstständige Organisation der Arbeitszeiten-Verteilung im Team innerhalb der Abteilungen:** in allen Abteilungen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Beim Einstellungsprozess wurden Wünsche erfragt und, wenn nötig, individuelle Lösungen gefunden.
- Individuelle Arbeitsmodelle wurden genutzt, wie in der Liste zu sehen ist.

Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge [0%]

Im Berichtszeitraum wurden in der Regel alle Neueinstellungen noch auf ein Jahr befristet. Geschätzt 90% der Arbeitsverträge wurden nach Ablauf des Jahres jedoch ohne weitere Befristung verlängert. Es gibt seit 2020 in der Regel keine Befristung von Arbeitsverträgen mehr. Die Arbeitsverträge wurden überarbeitet und liegen nun in einer kürzeren und Arbeitnehmer*innen-freundlicheren Version vor.



Eine Ausnahme bilden die ehemals langzeitarbeitslosen Menschen, deren Befristung der Gesetzesgeber vorgibt.

Die Indikatoren sehen für den Berichtszeitraum wie folgt aus:

- Gewinn:	43.826,81 €
- Mitarbeitenden-Anzahl	151 (91 in Vollzeitäquivalenten)
- Höchst- und Mindestverdienst	10,80 € - 26,63 € pro Stunde
- Innerbetriebliche Spreizung	1 : 2,5
- Anzahl der Pauschalverträge	41
- Anzahl der Null-Stunden-Verträge	0
- Mindest- und Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden	-
- Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden)	151
- Anzahl der Zeitarbeitenden	0
- Anzahl der Saisonarbeitenden	1 (für den Winterdienst)
- Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen	1 Jahr
- Anteil von befristeten Arbeitsverträgen	67 / 151 Mitarbeitenden = 44 %

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Die Befristung von Arbeitsverhältnissen wurde abgeschafft, mit Ausnahme der langzeitarbeitslosen Menschen, deren Befristung der Gesetzesgeber vorgibt.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... keine befristeten Verträge mehr abschließen.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden [20%]

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit [20%]

In den Büroräumen steht den Mitarbeitenden jederzeit eine kleine Küche zur Verfügung. Dort gibt es Wasser, Kaffee sowie einen Obstkorb. Dieser kommt aus dem Ökodorf Brodowin, welches wöchentlich das Unternehmen beliefert. Mittwochs und donnerstags wird für die Mitarbeitenden regelmäßig ein gekochtes Mittagessen angeboten, bei dem auf die individuellen und gesundheitlichen Bedürfnisse aller Mitarbeitenden Rücksicht genommen und eine gesunde und ausgewogene Ernährung vorgelebt wird. Einer der Tage ist grundsätzlich vegetarisch und einzelne Zutaten kommen von den Hochbeeten auf dem Betriebsgelände.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden wurde gefördert.
- Mittwochs und donnerstags wurde regelmäßig ein gekochtes Mittagessen angeboten, bei dem auf individuelle Bedürfnisse Rücksicht genommen wurde. Ein Tag war grundsätzlich vegetarisch.
- In den Büroräumen stand stets Kaffee, Wasser sowie ein Obstkorb mit Früchten des Ökodorfes Brodowin zur Verfügung.



C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz [10%]

Es stehen den Mitarbeitenden ständig zwei kostenlose BVG-Karten zur Verfügung, um die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel zu fördern. Außerdem gibt es ein E-Rad, um einen Anreiz zu emissionsarmer Mobilität zu setzen. Im Kurfürstendamm wurde einem Hausmeister auch ein eigenes Fahrrad für Wege zwischen den Objekten zur Verfügung gestellt. Hier wird auf die Vorbildrolle gesetzt, um ein Umdenken und einen Wandel im Unternehmen in Gang zu setzen, weswegen auch im Magazin darüber berichtet wurde.

DER MIT DEM FAHRRAD KOMMT

Sein Dienstfahrzeug ist schnell, wendig, leichtgängig, braucht keinen Parkplatz und ist auch noch umweltfreundlich: ein klassisches Tourenrad, nicht einmal ein E-Bike. Der Vorschlag kam von Mike Blümel. Mario Wodara hat ihn gerne aufgegriffen und seinem Hausmeister sogar ein neues Fahrrad gekauft. „Ein gebrauchtes hätte ich auch genommen“, sagt der 53-Jährige. Aber ein neues sei natürlich eine feine Sache.

Mit dem Fahrrad ist er nun unterwegs, um Treppen, Flure, Höfe und Straßenfronten zu reinigen. „Zu meinen Aufgaben gehören aber auch Kontrollgänge, die Wartung von Heizungen und Klimaanlagen, die Beseitigung kleinerer Verstopfungen“, sagt Mike Blümel. Genauso bringt er die Mülltonnen an die Straße, gibt Schadensmeldungen an die Hausverwaltung weiter und stellt den Kontakt zu Handwerkern her.

10 – 15 km legt der gelernte Gebäudereiniger täglich mit seinem Dienstrad zurück – und das bei Wind und Wetter. Werkzeuge und Putzmittel muss er dabei nicht groß transportieren. „In meinen Objekten habe ich jeweils einen Putzmittelraum, sodass ich immer nur ein paar Verbrauchsmaterialien, wie Reiniger, Tüten oder Lappen, bei mir habe“, erzählt Mike Blümel. Nicht nur bei Mario Wodara kommt seine Entscheidung fürs Rad gut an, sondern auch bei den Kunden.



Abbildung 12: Ausschnitt aus Magazin Nr. 13/2020

Bei Neueinstellungen und der Arbeitsplanung werden Wegstrecken zum potenziellen Arbeitsort mitgedacht. Aus der stichprobenartigen Umfrage an alle Mitarbeitenden geht jedoch hervor, dass fast alle mit dem Auto zur Arbeit kommen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Den Mitarbeitenden standen zwei kostenlose BVG-Karten zur Verfügung.
- Es gab ein E-Rad zur freien Verfügung.
- Einem Hausmeister wurde ein eigenes Fahrrad für Wege zwischen den Objekten zur Verfügung gestellt.



C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung [30%]

Wie bereits in C3.1 erwähnt, wird im regelmäßig erscheinenden Magazin ein umweltbewusstes Verhalten immer wieder thematisiert. Beispielsweise wird über Erneuerungen wie die Fensterreinigung mit Reinwasser berichtet, gemeinsam mit einer Erläuterung der Funktionsweise und Bildern. Diese Methode senkt den Reinigungsmittelverbrauch.



Abbildung 13: Fensterreinigung mit Reinwasser

Darüber hinaus wird im Unternehmensalltag ein ökologisches Verhalten stets gefordert und gefördert. Die leeren Flaschen von Reinigungsmitteln sind Mehrweg-Flaschen und werden wieder zentral im Lager gesammelt, was beispielsweise auch im Magazin erschien. Zum Umgang mit Chemikalien und Reinigungsmitteln werden immer wieder Schulungen und Auffrischungen angeboten, um eine sparsame und bewusste Nutzung/Handhabung zu fördern.



MEHRWEG – MEHR ALS EIN WEG



Wir nehmen Nachhaltigkeit ernst. Deshalb haben wir auch bei den Reinigungsmitteln auf Mehrwegflaschen umgestellt. Bitte werfen Sie leere Flaschen also nicht mehr weg, sondern bringen Sie sie in die Firma zurück.
Danke!



Abbildung 14: Ausschnitt aus Magazin Nr. 12/2019

Es existieren zu allen Reinigungsmitteln Sicherheits-Datenblätter, auf denen auch ein umweltbewusster Umgang thematisiert wird. Bei Neu-Kund*innen werden diese in der Regel immer ausgelegt, um auch den Kund*innen Transparenz zu bieten.

Zusätzlich nehmen die Führungskräfte hier eine Vorbildrolle ein, die in den Gesprächen immer wieder ein großes Umweltbewusstsein an den Tag gelegt haben und zahlreiche Ideen zu Verbesserungen äußerten. Dieses Wissen sollte stärker bzw. weiterhin genutzt werden.

Ebenfalls wurde im Speziellen der Geschäftsführer Mario Wodara immer wieder als Vorbildrolle genannt, der zahlreiche Prozesse im Unternehmen vorantreibt, unter anderem ein Umdenken zu mehr Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein. Dies lebt er den Mitarbeitenden täglich vor.



Im Eingangsbereich befindet sich ein Bildschirm, auf dem Neuigkeiten sowie umweltbewusstes Verhalten thematisiert werden.

Die Bekanntheit der Unternehmenspolitik hierzu wird auf 100% eingeschätzt. Die Mitarbeitenden werden bei Verbesserungen mit einbezogen, sei es bei Mülltrennung oder anderen Themen. Der Akzeptanzgrad wird auf 95% geschätzt. Verbesserungen scheitern eher an äußeren Umständen: Beispielsweise wird die Mülltrennung in Kitas aktiv gefördert, einige Entsorgungsbetriebe führen diese am Ende jedoch nicht weiter und schütten wieder alles zusammen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Im Magazin wurde über Erneuerungen und bestehende Maßnahmen zur Förderung umweltbewussten Verhaltens berichtet.
- Bei Reinigungsmitteln wurde mit einem Mehrweg-System gearbeitet. Diverse andere Maßnahmen zur Förderung des umweltbewussten Verhaltens wurden umgesetzt, wie zum Beispiel eine Reinwasser-Reinigung für Fenster.
- Im Eingangsbereich der Büroräume wurde für umweltbewusstes Verhalten sensibilisiert.

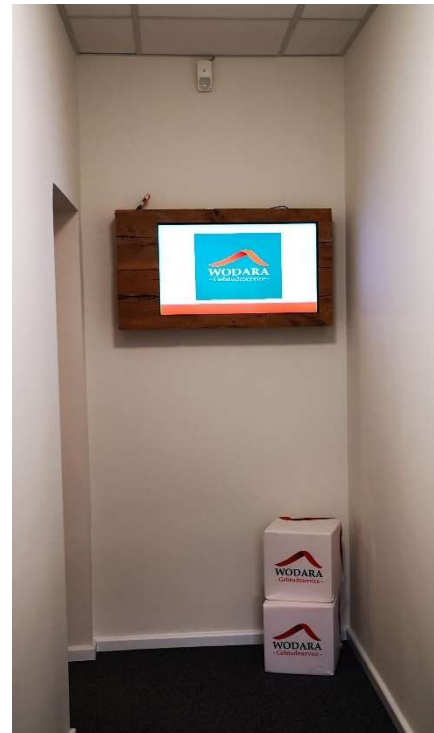


Abbildung 15: Bildschirm im Eingangsbereich

Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens [0%]

Keiner der im Arbeitsbuch angegebenen Negativ-Aspekte trifft auf das Unternehmen zu.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz [20%]

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz [20%]

Grundsätzlich sind alle wesentlichen Daten für die Mitarbeitenden zugänglich. Bei kritischen Daten herrscht eher eine passive Haltung, auf Anfrage werden diese gegebenenfalls zur Verfügung gestellt.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... finanzielle Daten aufbereiten und regelmäßig veröffentlichen, um mehr Transparenz und Nachvollziehbarkeit zu schaffen.

... die Zugänglichkeit der Daten verbessern.



C4.2 Legitimierung der Führungskräfte [10%]

Führungskräfte werden in der Regel vom Geschäftsführer gemeinsam mit den anderen Abteilungsleitenden ausgewählt. Das Team wird versucht, mit einzubeziehen, allerdings scheitert es oft an mangelnder Initiative und Rückmeldungen oder einer ablehnenden Haltung, ohne Alternativvorschläge zu äußern. Der Geschäftsführer nimmt mit dem Voranbringen der Gemeinwohl-Werte oft eine Vorreiterrolle im Unternehmen ein. Ein*e externe*n Expert*in hinzuzuziehen, um die Einbindung der Mitarbeitenden gewinnbringender für alle zu gestalten, könnte einen großen Mehrwert bringen. Es lässt sich jedoch festhalten, dass Mario Wodara stets andere Mitarbeitende vor Entscheidungen anhört und nach deren Meinung fragt. auch wenn die Entscheidung am Ende nicht demokratisch, sondern von ihm in seiner Rolle als Geschäftsführer getroffen wird.

Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften läuft derzeit über individuelle Gespräche mit Mitarbeitenden der Verwaltung. Es fehlt jedoch ein einheitliches System, das die Schwelle für Mitarbeitende senkt, Rückmeldungen zu geben. Außerdem sollten die daraus folgenden Maßnahmen einheitlich definiert werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Bei der Einstellung neuer Führungskräfte wurden Mitarbeitende angehört. Die Entscheidung lag jedoch letzten Endes beim Geschäftsführer.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... System für Mitarbeitende einführen, um Rückmeldungen zu ihren Führungskräften geben zu können. Das Unternehmen wird daraus folgende Schritte definieren und auf Anonymität achten.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden [30%]

Die Vorteile von Mitbestimmung und Partizipation werden gesehen, wie in den Gesprächen deutlich wurde: „Wenn ich zu was gedrängt werde, habe ich innere Skrupel und fange an zu diskutieren.“ In durchgängig allen Abteilungen wurde berichtet, dass die Mitarbeitenden in Entscheidungsprozesse mit einbezogen werden. Demzufolge wird geschätzt, dass bei ca. 70-80% der Entscheidungen Mitarbeitende im Voraus angehört werden.

Hier wird ein großer Mehrwert in der Einbeziehung des Wissens der Mitarbeitenden gesehen. In der Abteilung Höhenarbeiten begleiten die Mitarbeitenden beispielsweise den Abteilungsleitenden bei der Besichtigung von Neuaufträgen, um gemeinsam abzuschätzen, welche Arbeitszeit in der Angebotserstellung einkalkuliert wird. „Jeder hat sein eigenes Expertenwissen“ sagte der Abteilungsleitende wertschätzend zu diesem Vorgehen.

Auch in anderen Abteilungen wurde vom Mehrwert der Partizipation berichtet. So kann ein*e Mitarbeiter*in beispielsweise am besten einschätzen, ob der Verschmutzungsgrad des Gebäudes eine Neuverhandlung der Arbeitszeit mit dem Kunden bzw. der Kundin erfordert. Außerdem wurde davon gesprochen, dass Partizipation als innovations- und kreativitätsfördernd empfunden werde.



Gleichzeitig wurden jedoch auch viele Vorbehalte und Sorgen geäußert, dass Mitarbeitende aufgrund von fehlendem Mut oder jungem Alter nicht genug Eigeninitiative ergreifen. Gleichzeitig wurde auch der Führungsstil als entscheidender Faktor für mehr Eigenverantwortung genannt: „Sie sollen die Leute einfach machen lassen. Das Gefühl geben: Ich vertraue dir, tu's. Wenn was passiert, bin ich an deiner Seite und helfe dir.“

Hier könnte eine Neuauflage des Leitbildes helfen, gemeinsame Werte festzulegen, auf die sich geeinigt wird und dann auch berufen werden kann. Auch eine Fortbildung für Führungskräfte, die diese in ihrer Vorbildrolle stärkt, könnte angedacht werden. Dies scheint besonders wichtig angesichts des in den nächsten Jahren anstehenden Generationenwechsels.

Es gibt für Mitarbeitende die Möglichkeit, selbst neue Mitarbeitende zu werben. Dies wurde in einem Gespräch treffend als schöner „Ansporn für Mitarbeitende, mitzudenken, wo noch jemand fehlt“ genannt. Dies sollte wieder bekannter gemacht werden, da es nicht mehr allen präsent zu sein schien.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Mitarbeitende wurden bei einem Großteil der Entscheidungen angehört.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... Eigenständigkeit und Selbstverantwortung fördern.

... wieder verbreiten, dass Mitarbeitende neue Mitarbeitende werben können. Dabei werden die Konditionen klar kommuniziert.

Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates [0%]

In der Gebäudeservice Wodara GmbH gibt es keinen Betriebsrat, da bisher keiner gegründet wurde. Die Geschäftsführung steht einer Gründung generell offen gegenüber, bewirbt eine solche jedoch nicht aktiv.

In den Gesprächen wurde jedoch versichert, dass es gleichwertige Mitbestimmungsrechte für die Mitarbeitenden gebe.



D KUND*INNEN [31%]

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 und Finanzpartner*innen	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investition 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	D1 Ethische Kund*innen-Beziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	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

Hier geht es um den Umgang mit Mitbewerber*innen und Kund*innen, aber auch die Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen.

In **D1** geht es um den Umgang mit Kund*innen, also darum, wie neue Kund*innen gewonnen werden und wie wird auf deren Wünsche, Bedürfnisse und Reklamationen eingegangen wird. In **D2** geht es um den Umgang mit Mitbewerber*innen. In **D3** stecken folgende Gedanken: Wie sehr wird Nachhaltigkeit bei der Angebotserstellung mitgedacht? Also zum Beispiel Anreize für mehr Wiederverwendbarkeit, Langlebigkeit, Reparierbarkeit, gemeinschaftliche Nutzung, ... In **D4** geht es um die Mitsprache der Kund*innen.



D1 Ethische Kund*innenbeziehungen [30%]

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen [20%]

In der nachfolgenden Grafik sind die Werbeausgaben dargestellt:

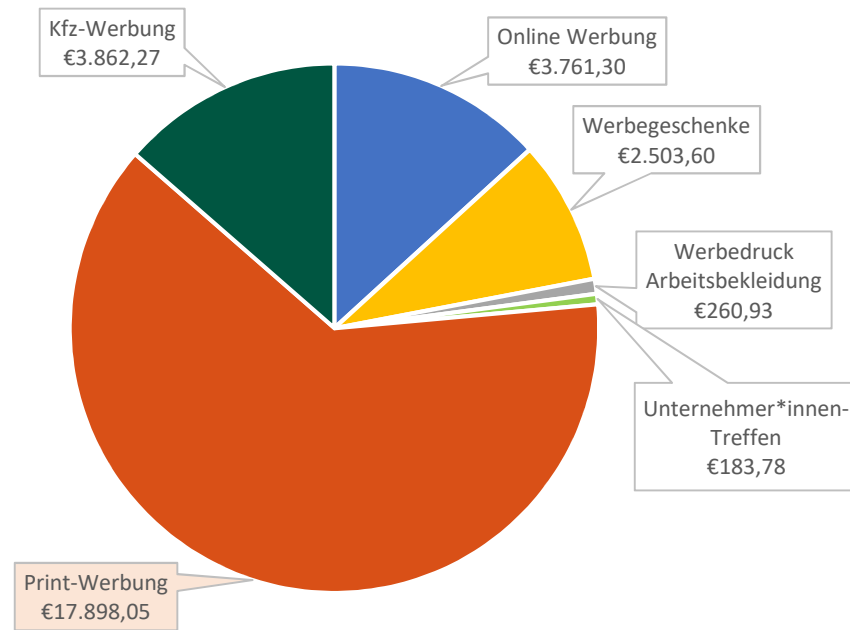


Abbildung 16: Aufgeschlüsselte Werbeausgaben (jährlicher Durchschnitt)

Der größte Posten ist die Print-Werbung. Hier handelt es sich vor allem um das dreimal jährlich erscheinende Magazin, das an alle Mitarbeitenden sowie Bestands-Kund*innen verschickt wird. Das Magazin ist auf der Homepage des Unternehmens öffentlich einsehbar und informativer Art.

Werbung und Verkaufsprozess

Werbung findet bei der Gebäudeservice Wodara GmbH nur in sehr geringem Maße statt, wobei die Maßnahmen überwiegend informativ und stets authentisch sind. So wird das Magazin, in dem informative Beiträge dominieren, nur an Bestands-Kund*innen verschickt, damit diese beispielsweise sehen können, wer im Unternehmen arbeitet oder welche neuen Maßnahmen durchgeführt wurden. In zwei vom Unternehmen bezahlten Zeitungsartikeln ging es stets um die Beschäftigung mit der Gemeinwohl-Ökonomie statt um die angebotenen Produkte oder Dienstleistungen.

Das Unternehmen greift bei Werbemaßnahmen auf die eigenen Kernkompetenzen zurück und schickte beispielsweise Weihnachten 2019 ein kleines Heft mit Tipps zur ökologischen Reinigung an Kund*innen und Mitarbeitende.

Außerdem gibt es keine Prämien für Kund*innen-Werbungen oder den Abschluss von Verträgen, sodass kein „Verkaufsdruck“ auf den Mitarbeitenden liegt.





4. PUTZUTENSILIEN WASCHEN
Spülschwämme und -lappen sollten ca. 1 mal pro Woche in der Spül- oder Waschmaschine mitgewaschen werden. Nach jedem Gebrauch gründlich ausspülen, auswringen und schnell trocknen lassen. So wird Keimen der Nährboden entzogen.

5. LIEBER GIFTFREI PUTZEN
Das schützt Umwelt, Kinder und Haustiere. Wir haben auf Seite 29 eine Liste mit ökologischen Reinigungsmitteln für Sie zusammengestellt.

6. RICHTIG DOSIEREN
Oft werden Reiniger und Waschmittel überdosiert – nach dem Motto „Viel hilft viel“. Das ist nicht nötig. Sie können sich an die Dosierungsempfehlungen halten. Konzentrate sind, auf die Anwendungsmenge bezogen, leichter und günstiger, sie halten lange vor und sparen Verpackungsmüll.

7. VERSCHMUTZUNGEN GLEICH BESEITIGEN
Verschmutzungen am Herd, Glasränder und Wasserspritzer am besten gleich entfernen, so können sie nicht in Oberflächen eindringen und lassen sich einfacher abwischen. Das spart Arbeit und Spülmittel.

8. LÜFTEN STATT SPRÜHEN
Wenn Sie frische Luft mögen, lüften Sie am besten. Raumsprays und Duftspender verbessern die Raumluft nicht, sondern überdecken nur unangenehme Gerüche. Und wenn die Gerüche nicht weggehen, am besten Ursachenforschung betreiben.



STREIFENFREIE SAUBERKEIT UND LÄNGERER GLANZ

SCHWARZER TEE UND ZITRONE

3 Teebeutel Schwarztee kochen, 10 Minuten ziehen lassen und eine Zitrone hineinpressen. Die Mischung in den Putzimer mit 10 l Wasser geben und die Fenster mit einem fusselfreien Tuch putzen. Es entsteht streifenfreie Sauberkeit, Wasser und Schmutzperlen besser ab und der Glanz hält länger.



CHECKLISTE ÖKOLOGISCHER REINIGUNGSMITTEL

WUSSTEN SIE SCHON, DASS VIELE CHEMISCHE REINIGER DURCH HERKÖMMLICHE ZUTATEN ERSETZT WERDEN KÖNNEN?

KALK- UND BAKTERIENFREI REINIGEN

- Salz
- Karbonat/Natron
- Weißer Essig
- Essigessenz
- Cola
- Kernseife
- Schmierseife
- Alkohol

GERÜCHE AUS MÖBELN UND TEXTILIEN ENTFERNEN

Rosenwasser in Zerstäuber auf das Sofa sprühen. Natron über Nacht auf dem Sofa verteilen und morgens absaugen. Wirkt auch antibakteriell.
Getrocknete Blüten & Blätter:
Lavendel, Lorbeerblätter
Ätherische Öle:
Lavendel, Zitrone, Teebaum, Pfefferminze
ACHTUNG:
Ätherische Öle können eine ätzende Wirkung haben. Haut- und Augenkontakt vermeiden und aus der Reichweite von Kindern fernhalten.

GERÜCHE AUS HOLZ ENTFERNEN

Gemahlener Kaffee im Schrank bindet Gerüche. Mit Essig die Schränke ausputzen.
Lavendel und Lorbeerblätter – einfach in den Schränken verteilen.
Zitronen- und Orangenseiben auf ein Tellerchen legen.
Edelstahlseife entfernt Zwiebelgeruch.

Abbildung 17: Beispielhafte Seiten aus dem Heft, das Weihnachten 2019 an Kund*innen und Mitarbeitende verschickt wurde.

Gewinnung von Neu-Kund*innen

In durchweg allen Gesprächen und Abteilungen wurde Mund-zu-Mund-Propaganda als Hauptquelle neuer Kund*innen genannt. Darüber hinaus findet kaum Werbung oder ähnliche Formen aktiver Neu-Kund*innen-Akquise statt. Geschäftsführer Mario Wodara sagt dazu: „Wir betreiben im Prinzip keine Akquise“. Dank der Bewährung durch gute Arbeit werden aus anfangs kleinen Aufträgen schnell mehr, sodass kein Bedarf aktiver Kund*innen-Suche besteht. Wachstum ist laut Geschäftsführung kein Unternehmensziel.

Es herrscht die Maxime „Wir machen das Angebot, für das wir auch arbeiten können, ohne uns zu verbiegen.“ Neue Kund*innen werden durch Qualität und Zuverlässigkeit, nicht durch niedrige Preise überzeugt.

Betreuung von Kund*innen

Die Betreuung von Kund*innen ist stets sehr persönlich. Es gibt keine zentrale Person, die alle Kund*innen betreut, sondern jede*r Abteilungsleitende übernimmt dies für die eigenen Kund*innen. Dadurch findet die Betreuung stets auf sehr persönlicher und direkter Ebene statt.



In den Gesprächen wurde eine große Wertschätzung für die Kund*innen deutlich. „Wenn der Kunde zufrieden ist, ist man dann auch selber zufrieden.“ Auch der Vergleich der Kund*innen mit König*innen oder einem rohen/goldenen Ei wurde öfters gezogen.

Umgang mit Kund*innen-Wünschen

In allen Gesprächen wurde auf die ein oder andere Weise geäußert, dass grundsätzlich auf alle Wünsche eingegangen werde. Besonders zu erwähnen ist hier die Abteilung Grünanlagenpflege. Diese nimmt regelmäßig an Anlieger*innen-Sitzungen teil, auf denen beidseitig Kritik und Wünsche geäußert werden können.

Umgang mit Reklamationen

Bei Reklamationen wird laut dem für alle einsehbaren Organisationsablaufplan innerhalb von 24 Stunden reagiert. Es wird entweder nachgebessert oder die Leistung zurückerstattet. Reklamationen werden nicht als etwas grundsätzlich schlechtes angesehen. So wies ein Abteilungsleiter im Gespräch darauf hin, dass „eine Reklamation auch was Positives sein [könne], da z.B. auch eine Vertragserweiterung daraus entstehen [könne]“.

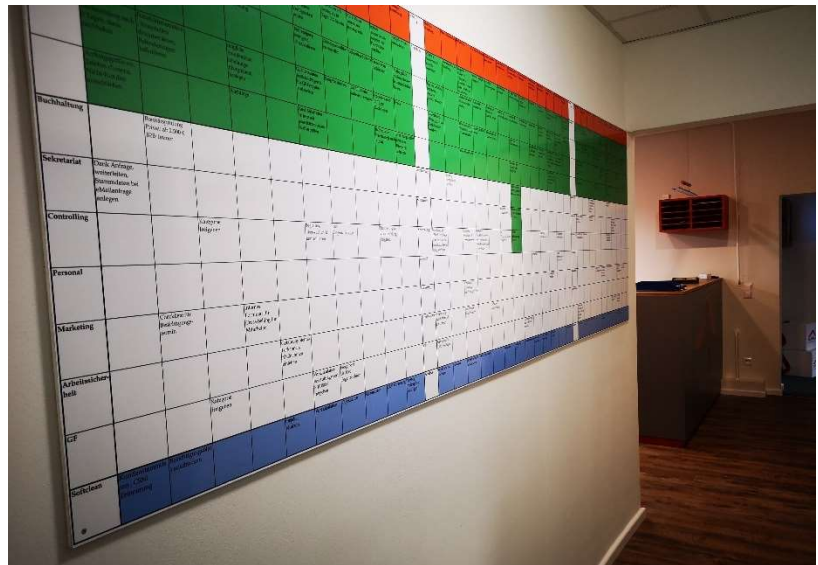


Abbildung 18: Organisationsablaufplan in den Büroräumen

Kund*innen-Nutzen vor Umsatzstreben

Die Preise werden stets sehr Kund*innen-freundlich kalkuliert. Auch werden Mitbewerber*innen empfohlen, wenn diese die gewünschte Leistung besser erfüllen können.

Der Hauptpunkt liegt jedoch in der angebotenen Dienstleistung selbst: Hier steht der Werterhalt der Immobilie und damit der Kund*innen-Nutzen im Vordergrund. Das bedeutet, dass die Angebote sich danach richten, größeren Schäden und Maßnahmen durch eine gute Pflege und Vorsorge vorzubeugen, obwohl größere Schäden am Gebäude gegebenenfalls einen höheren Umsatz einbringen könnten. Außerdem wird darauf geachtet, ob eine Dienstleistung wirklich notwendig ist. Beispielsweise wird Kund*innen von der Anbringung einer neuen Schutzschicht auf Böden, die normalerweise Bestandteil einer Grundreinigung ist, abgeraten, wenn dies noch nicht nötig ist, auch wenn das weniger Umsatz bedeutet. In D3 wird auf diesen Aspekt näher eingegangen.

In der Reinigungsbranche werden oft niedrigere Preise zu Lasten der Mitarbeitenden angeboten, indem Arbeitszeiten für die Größe und den Verschmutzungsgrad des Gebäudes zu knapp kalkuliert werden. Auch hier hebt sich die Gebäudeservice Wodara GmbH ab, indem sie die Zeiten und Preise stets realistisch kalkuliert. Hiermit wird im Werteverständnis auch ein Nutzen für die Kund*innen gesehen, da nur so eine solch gute Arbeit gewährleistet werden kann. Beweis für die Zufriedenheit der Kund*innen mit diesem Vorgehen ist die häufige Weiterempfehlung des Unternehmens bzw. die Erhöhung der Objektzahl/Auftragslage.



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Neue Kund*innen wurden vor allem durch Mund-zu-Mund-Propaganda gewonnen.
- Werbung fand nur in geringem Maße statt, wobei die Maßnahmen überwiegend informativ und stets authentisch waren.
- Es wurde darauf Wert gelegt, die Wünsche der Kund*innen zu erfüllen und bei der Beratung und Angebotserstellung deren Bedürfnisse im Blick zu haben.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- ... schneller auf Anfragen und Reklamationen reagieren.
- ... klare Ansprechpartner*innen für die einzelnen Kund*innen definieren je nach Auftrag und Abteilung.
- ... das Online-Marketing verstärken.
- ... eine Person definieren, die klar zuständig für Marketing ist.
- ... das „Cross-Selling“ verstärken. Die Abteilungen werden sich gegenseitig Aufträge verschaffen, da das Unternehmen nahezu alle Dienstleistungen rund um ein Gebäude anbieten kann. Bei Weitervermittlung wird konsequent der Kund*innen-Kontakt gehalten.

D1.2 Barrierefreiheit [40%]

Wirft man einen Blick auf die Kund*innen der Gebäudeservice Wodara GmbH, sieht man, dass die Branchen „Bildung“ und „Gesundheit/Soziales“ rund ein Drittel ausmachen.

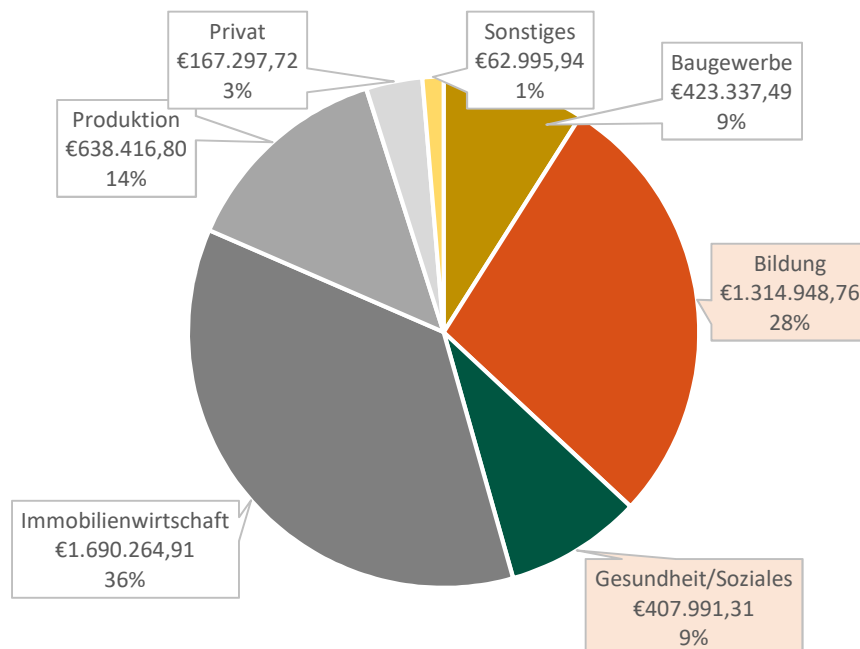


Abbildung 19: Kund*innen nach Branchen aufgeschlüsselt

Diese sind fast ausschließlich sogenannte „benachteiligte Kund*innen-Gruppen“ nach Definition der Gemeinwohl-Ökonomie. Im Detail sind dies zahlreiche Kitas, das Hospiz, die Lebenshilfe, das



Kinderhaus, ... Hier herrscht auch ein Bewusstsein für deren geringere Zahlungsmöglichkeiten, was bei der Angebotserstellung berücksichtigt wird. Auch über die reine Geschäftstätigkeit hinaus wird sich engagiert. Der Geschäftsführer Mario Wodara sagte hierzu: „Bei einem Immobilien-Unternehmen, wenn es fragt, ob wir was Gutes für sie tun können, würde ich länger zögern. Bei Kitas ist das anders: Wenn ich da was zu neuem Spielzeug dazu gebe, ist das zweifelsfrei gut angelegt.“

Ein Blick auf die einzelnen Kund*innen mit über 150.000 € Umsatz bekräftigt das Engagement des Unternehmens für „benachteiligte“ Kund*innengruppen.

Kund*in anonymisiert, nur Rechtsform angegeben	Branche	Umsatz
Gemeinnützige GmbH	Bildung	469.023,18 €
Eingetragener Verein	Bildung	344.018,35 €
GmbH	Produktion	337.605,30 €
Immobilien Genossenschaft	Immobilienwirtschaft	273.270,68 €
Gemeinnützige GmbH	Bildung	236.987,20 €
Eingetragener Verein	Bildung	163.017,79 €
GmbH	Baugewerbe	156.122,40 €
Gemeinnützige GmbH	Gesundheit/Soziales	148.784,31 €

Ein Blick auf die Tabelle zeigt, dass die beiden umsatzstärksten Kund*innen aus dem Bereich Bildung kommen. Insgesamt wird die Tabelle von den Branchen Bildung und Gesundheit/Soziales dominiert. Hier liegt eindeutig eine Stärke des Unternehmens, was den Beitrag zum Gemeinwohl betrifft. Die GmbH aus der Produktionsbranche zeichnet sich ebenfalls durch ein besonderes Engagement für ihre Mitarbeitenden aus, wie Bewertungsportalen wie kununu sowie dem unternehmenseigenen Job-Portal zu entnehmen ist. Zu deren Umweltauswirkungen fehlen leider die nötigen Daten zur Bewertung.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Branchen Gesundheit/Soziales und Bildung machten rund ein Drittel der Kund*innen aus. Das Unternehmen berücksichtigte deren geringere Zahlungsmöglichkeiten bei der Angebotserstellung.

Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen [0%]

Es wurden weder im Berichtszeitraum noch darüber hinaus unethische Kampagnen geschaltet. 2019 wurde mit Sebastian Hemme ein Mitarbeiter eingestellt, der sich explizit mit der Weiterentwicklung hin zu den Idealen der Gemeinwohl-Ökonomie beschäftigt und dementsprechend auch ein Auge auf die ethische Qualität der Informationspolitik und Werbung des Unternehmens wirft.



Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- 2019 wurde mit Sebastian Hemme ein Mitarbeiter eingestellt, der sich explizit mit der Weiterentwicklung hin zu den Idealen der Gemeinwohl-Ökonomie beschäftigt und dementsprechend auch ein Auge auf die ethische Qualität der Informationspolitik und Werbung des Unternehmens wirft.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen [30%]

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen [40%]

Um Kund*innen-Wünsche zu erfüllen wird häufig mit Unternehmen der gleichen Branche kooperiert. So wird sich gegenseitig ausgeholfen, wenn z.B. eine sehr fachspezifische Dienstleistung gefragt ist, krankheitsbedingte Ausfälle auftreten oder ein Auftrag von außerordentlich großem Umfang ist. Kleinere Aufträge werden auch komplett an Mitbewerber*innen weitergegeben.



Wissen und Informationen werden vor allem über die Mitgliedschaft in der Gebäudereiniger*innen-Innung weitergegeben. Dort sitzen alle Berliner Unternehmen der Branche zusammen und tauschen sich zum Thema Gebäudereinigung aus. Es gibt jährlich zwei feste Termine, an denen das Unternehmen aktiv teilnimmt. Zusätzlich wird die Verwurzelung in der Innung durch die Lehrlinge im Unternehmen gestärkt, die auch über die Innung betreut werden.

Das Unternehmen ist ebenfalls Mitglied in der Maler*innen-Innung. Dort findet ebenfalls ein reger Informationsaustausch statt und fachspezifisches Wissen wird geteilt. Genau wie bei der Gebäudereiniger*innen-Innung werden auch hier die Auszubildenden über die Innung betreut.



Zur Erhöhung des Branchenstandards engagiert sich das Unternehmen ebenfalls. In der regionalen Berichterstattung wird ein Auge auf eine authentische und nicht stereotype Darstellung des Berufs der Gebäudereinigung gelegt. Darüber hinaus ist das Unternehmen Mitglied im Marzahn-Hellersdorfer Wirtschaftskreis. Die Gebäudeservice Wodara GmbH hat mit zivilgesellschaftlichen Initiativen kooperiert und die Charta der Vielfalt unterschrieben. Zuletzt hat das Unternehmen auch die Initiative Neues Wirtschaftswunder mit seiner Unterschrift unterstützt.

Außerdem ist das Unternehmen Mitglied im Qualitätsverbund Gebäudedienste, der sich für Nachhaltigkeit, kontinuierliche Weiterbildung und Fachkompetenz in der Branche einsetzt.

In Bezug auf die verpflichtenden Indikatoren in diesem Bereich werden folgende Zahlen geschätzt: 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 wird als sehr gering geschätzt, maximal ein Prozent. Bei der Frage, wie viel Prozent von Zeit/Umsatz durch Kooperationen mit Unternehmen der gleichen Branche, Zielgruppe oder Region erzielt werden, ist der Anteil ohne Nachunternehmen ebenfalls gering bei maximal einem Prozent. Schließt man die Nachunternehmen jedoch ein, läge diese Zahl bei ca. zehn Prozent.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Zur Erfüllung von Kund*innen-Wünschen wurde häufig mit Unternehmen der gleichen Branche kooperiert.
- Kleinere Aufträge wurden auch komplett an Mitbewerber*innen weitergegeben.
- Wissen und Informationen wurden vor allem über die Gebäudereiniger*innen-Innung weitergegeben.
- Auch über die Maler*innen-Innung wurde Wissen geteilt.
- Das Unternehmen ist Mitglied im Qualitätsverbund Gebäudedienste.
- Das Unternehmen hat sich für eine authentische Darstellung des Berufs der*s Gebäudereiniger*in eingesetzt.
- Das Unternehmen hat die Charta der Vielfalt unterschrieben.
- Das Unternehmen ist Mitglied des Marzahn-Hellersdorfer Wirtschaftskreises.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... eine Liste der zu empfehlenden Unternehmen erstellen, wenn die Leistung nicht selbst abgedeckt werden kann.

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen [10%]

Wenn Aufträge weitergegeben werden, dann entweder, weil sie selbst nicht bewältigt werden können oder weil sie nicht ins Einzugsgebiet fallen. Durch die Weitergabe statt der reinen Ablehnung eines Auftrags bleibt jedoch ein positives Bild beim Kunden bzw. der Kund*in sowie bei dem*r Mitbewerber*in, von dem man in der Zukunft eventuell profitiert. Somit ist dies nicht frei von Eigennutzen. Auch bei der Weitergabe von Kontakten könnte so ein gewisser Eigennutzen gesehen werden.

Eine Hilfestellung ohne Eigennutzen ist jedoch der unentgeltliche Verleih von Maschinen an Mitbewerber*innen.

Es wurden keine Arbeitskräfte, Finanzmittel oder Aufträge explizit mit dem Ziel der Solidarität uneigennützig weitergegeben. Es ist aber auch noch kein Hilferuf dieser Art von Unternehmen der Region oder Branche an die Gebäudeservice Wodara GmbH gerichtet worden. In einem solchen Fall würde gerne und bereitwillig Hilfe angeboten werden.



Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen [0%]

Die Gebäudeservice Wodara GmbH hat nur begrenzt Marktmacht, da zahlreiche andere Unternehmen in der gleichen Branche und Region existieren. Diese wird jedoch in keiner Weise missbraucht, weder durch einen wertenden Vergleich in der Werbung noch durch Dumpingpreisstrategien, geheime Preisabsprachen oder eine Verankerung des Ziels der Marktführerschaft. Stattdessen wird, wie im Leitbild festgehalten, der Fokus auf Qualität, Vertrauen und zufriedene Mitarbeitende gelegt.

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen [20%]

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz) [20%]

→ Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung

Die ökologischen Auswirkungen der Dienstleistungen können bisher nur geschätzt werden. Die größten Umweltauswirkungen liegen sicherlich im Fuhrpark. Danach sind die Umweltbelastungen durch die genutzte Reinigungschemie einzuordnen, gefolgt von der Entsorgung leerer Behälter und Verpackungsmaterialien. Im Folgenden wird auf jeden Aspekt und dazugehörige Reduktionsmaßnahmen eingegangen.

Reduktion von Verpackungsmaterialien und sparsame Nutzung der Reinigungsmittel

In der Gebäudeservice Wodara GmbH wird auf eine sparsame Nutzung der Reinigungsmittel sowie eine Reduktion von Verpackungsmaterialien geachtet. So werden Mehrwegflaschen für die Reinigungsmittel verwendet und beispielsweise auf ein Mob-System umgestellt, das die benötigte Wasser- und Reinigungsmittel-Menge reduziert. Hier wurde als wichtig genannt, dass dieses Umdenken, nicht immer mit „Kracher-Chemie“ zu reinigen, einerseits als Prozess und Generationenfrage, andererseits aber auch als Frage der Vorbildfunktion zu verstehen ist: „Man muss die Mitarbeitenden auch vom Mehrwert überzeugen und das vorleben.“ Hier summieren sich viele kleine Maßnahmen wie zum Beispiel die bereits erwähnte Reinwasserreinigung für Fenster, die eine Reduktion der Reinigungsmittelnutzung ermöglicht.

Umweltbewusstsein in der Angebotserstellung

Auch bei den Dienstleistungen selbst wird darauf geachtet, nur das anzubieten, was wirklich notwendig ist, um einerseits wie in D1.1 beschrieben den Kund*innen-Nutzen vor das Umsatzstreben zu setzen, andererseits aber auch, um Umweltauswirkungen so gering wie möglich zu halten. So wird eine neue Schutzschicht auf einen Boden nur dann aufgetragen, wenn dieser das wirklich braucht.



Außerdem wird in der Angebotserstellung auf ökologisch hochwertigere Dienstleistungen wie eine permanente Beschichtung oder Produkte hingewiesen.

Der Einsatz von Industriekletterer*innen ist ebenfalls ein großer Faktor in der Reduktion der Umweltauswirkungen. So ist der Einsatz eines*r Industriekletterer*in erstens weitaus weniger invasiv: Es muss kein komplettes Gerüst aufgebaut oder ein Bereich mit großem Aufwand zugänglich gemacht werden. Außerdem verhindert diese*r gegebenenfalls schwere Folgeschäden bei Nichtstun, wie z.B. Feuchtigkeitsschäden in der Baustruktur, weil die Regenrinnen nicht gereinigt wurden. Es wird auf gezielte Reparatur statt Neuanschaffung gesetzt: Beispielsweise wird ein Dachziegel statt des kompletten Dachs erneuert.



Abbildung 20: Dank des Kletterers ist die Efeu-Reinigung ohne den Aufbau eines Gerüsts möglich

Fuhrpark und Entsorgung

Es wird versucht, Einzelbestellungen zu vermeiden, um die Umweltauswirkungen der Anlieferung möglichst gering zu halten. Die fachgerechte Entsorgung der durch die Dienstleistung entstehenden Abfälle wird durch spezialisierte Nachunternehmen gewährleistet.

Der Fuhrpark ist ein großer Hebel, was die Umweltauswirkungen angeht. Ein Fuhrpark mit einer einsatzbereiten und teilweise hochspezialisierten Fahrzeugflotte ist in der Branche jedoch unverzichtbar. Hier wird versucht, Fahrgemeinschaften zu bilden und die Lieferungen so zu planen, dass die Objekte mit möglichst kurzen Wegen und wenigen Fahrten beliefert werden. Mit dem kontinuierlichen Umstieg auf nachhaltigere Antriebe wird eine Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks erwirkt. So wurden ein Fahrrad, ein E-Bike, ein Hybridauto und zwei Elektro-Lastenroller angeschafft. Auf dem Betriebsgelände gibt es aktuell zwei Ladestationen – geladen wird ausschließlich mit Ökostrom.

Bewusstseinsbildung bei Kund*innen

Kund*innen werden gemäß dem Prinzip „steter Tropfen höhlt den Stein“ immer wieder Produkte mit ökologischem Mehrwert angeboten, es scheidert jedoch häufig an deren Mehrpreis. Durch kleine Maßnahmen wie Recycling-Toilettenpapier wird versucht, ein Bewusstsein bei Kund*innen zu schaffen bzw. zu schärfen. Der Einfluss ist hier jedoch begrenzt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurde auf eine sparsame Nutzung der Reinigungsmittel sowie eine Reduktion von Verpackungsmaterialien geachtet.
- Es wurde auf ein Mob-System umgestellt, das die genutzte Wasser- und Reinigungsmenge reduziert.
- Dienstleistungen wurden nur durchgeführt, wenn sie nötig waren.
- Es wurde versucht, so zu planen, dass möglichst wenig Fahrten mit den Lieferungen an die Objekte einhergehen.



- Durch kleine Maßnahmen wie das Auslegen von Recycling-Toilettenpapier wurde versucht, bei den Kund*innen das Umweltbewusstsein zu schärfen.
- Im Fuhrpark wurde versucht, nach und nach auf nachhaltigere Antriebe umzustellen.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... die Entsorger*innen dazu anhalten, ebenfalls zu trennen.

... eine Lösung für eine umweltverträglichere Entsorgung alter Behälter finden wie z.B. alte Farbeimer.

... auf dem Bürogelände für Mülltrennung sensibilisieren und gegebenenfalls das System überarbeiten.

D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz) [20%]

Wie in D3.1 bezüglich der Reduktion ökologischer Auswirkungen beschrieben, spielt in der Gebäudeservice Wodara GmbH Suffizienz eine große Rolle.

Die Dienstleistungen selbst tragen maßgeblich zum Werterhalt der Immobilien bei, wobei der Fokus stets auf Langlebigkeit und einer möglichst guten Qualität bei minimaler Invasivität liegt. Es wird so gereinigt, dass beispielsweise der Boden möglichst lange hält und es wird auch von Dienstleistungen abgeraten, wenn diese zum Zeitpunkt noch nicht nötig sind. Es wird auf Vorsorge gesetzt, sodass durch kleinere Reparaturen eine große Schadensbeseitigung gar nicht erst nötig wird. Dies vermindert einerseits die ökologischen Auswirkungen, andererseits aber auch die gesellschaftlichen: So profitieren Eigentümer*innen auch die Mieter*innen, da sie keine aufwendige Renovierung mittragen müssen.

Eine regelmäßige Reinigung, Pflege oder Instandhaltung verlängert den Lebenszyklus der Immobilie deutlich, sodass auf eine Turnusvereinbarung Wert gelegt wird. Es werden einfache statt mehrerer Lieferungen bevorzugt.

Auch bei den Kund*innen wird Bewusstseinsbildung betrieben: Durch die Produktsicherheitsdatenblätter werden den Kund*innen Informationen zu den Auswirkungen der Produkte zur Verfügung gestellt, es wird beispielsweise gemeinschaftlich mit den Kitas nach Lösungen für die Mülltrennung gesucht, und wo es geht werden ökologisch hochwertigere Alternativen wie Recycling-Toilettenpapier und ökologisch hochwertigere Farben bevorzugt angeboten. Reparierbarkeit wird im Rahmen der Möglichkeiten mitgedacht, so wurden dem*r Kund*in beispielsweise austauschbare LED-Module nahegelegt, damit bei Ausfällen eine Reparatur möglichst leicht und materialschonend vonstattengeht. Es wird auch versucht, durch gemeinsames Vorausdenken Suffizienz zu fördern. So kann bei der Installation einer Lampe direkt ein Bewegungsmelder mit installiert werden, sodass ein späterer zusätzlicher Aufwand vermieden wird.

Der Beitrag zur Suffizienz ist somit sehr vielfältig und kann sich je nach Abteilung und Auftrag sehr unterschiedlich gestalten: So konnte beispielsweise ein Rohrleitungswechsel mit einem Höhenkletterer eine weitaus invasivere Methode verhindern.

Grundsätzlich gilt in der Gebäudeservice Wodara GmbH, dass Dienstleistungen nur dann ausgeführt werden, wenn sie nötig sind, und dann so, dass sie möglichst lange halten.



Auch die Geräte, die das Unternehmen nutzt, werden, wie in A3 und B3 beschrieben, nach möglichst hoher Qualität und langer Haltbarkeit ausgesucht. Darüber hinaus wird sich stets um eine Reparatur statt einer Neuanschaffung bemüht. Dafür wird mit einem Reparatur-Unternehmen in Polen kooperiert, da in Deutschland ein Neukauf häufig günstiger als eine Reparatur ist. So wird gewährleistet, dass Maschinen und Gerätschaften möglichst lange im Unternehmen verbleiben, was die gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen ständiger Neuanschaffungen reduziert. Generell wird in der Handwerks-Branche großer Wert auf Reparatur gelegt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurden nur notwendige Dienstleistungen durchgeführt.
- Es wurden einfache statt mehrerer Lieferungen bevorzugt.
- Reparierbarkeit sowie ein geringerer Materialnutzen wurde mitgedacht, so wurden dem*r Kund*in beispielsweise austauschbare LED-Module nahegelegt, damit bei Ausfällen eine Reparatur möglichst leicht und materialschonend vonstattengeht.
- Neue Geräte wurden nach hoher Qualität und langer Haltbarkeit ausgesucht.
- Es wurde sich für Reparatur statt Neuerschaffung eingesetzt.

**Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme
unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen [0%]**

Das Unternehmen fördert keine übermäßige Nutzung seiner Produkte und Dienstleistungen. Es werden auch keine Bedürfnisse „geweckt“, sondern Reinigungen bzw. Renovierungen nur durchgeführt, wenn sie auch wirklich notwendig sind.



D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz [40%]

D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung [30%]

Wie Mario Wodara es im Gespräch so schön formulierte:

„Der Kunde ist König und hat jedes Mitspracherecht. Da gibt es kaum Einschränkungen. Wenn der Kunde bestimmte Sachen umgesetzt haben möchte, wären wir schön dumm, darauf nicht einzugehen.“
Mario Wodara



So gibt es bei größeren Kund*innen Jahresgespräche. Prinzipiell haben alle Kund*innen immer Mitsprache- und Mitentscheidungsrecht bei Aufträgen.

Produkt- und Dienstleistungsinnovationen entstehen jedoch eher durch die Fachberater*innen der Lieferant*innen. Die Kund*innen können jedoch durchaus Einfluss auf die Nachhaltigkeit nehmen, indem sie zum Beispiel gezielt nach ökologisch hochwertigeren Farben fragen. Hier wurde von den Abteilungsleitenden das Gefühl eines Umdenkens geäußert, jedoch sei dies immer noch ein Bruchteil der Kund*innen. Die meisten Innovationsanstöße kämen nach wie vor von den Lieferant*innen.

Der Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind wird demnach bei ungefähr 1% geschätzt, da es in Einzelfällen sicher vorkam. Der Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind wird bei ca. 2% geschätzt, da Kund*innen durch gezielte Wünsche auch in der Richtung in einzelnen Fällen sicher Einfluss ausgeübt haben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Mit größeren Kund*innen fanden Jahresgespräche statt.

D4.2 Produkttransparenz [40%]

Durch die bereits häufiger genannten Sicherheitsdatenblätter sind die Produktinformationen für die Kund*innen komplett transparent. Bei allen Produkten sind die Inhaltsstoffe ausgewiesen.

Bei den Preisen ist es eher eine passive Haltung: Die Kalkulationen werden rausgegeben, wenn nachgefragt wird, was aber wenig geschehe. Geschätzt werden bei weniger als 10% die Kalkulationen direkt mitgeschickt. Der Grund liegt darin, dass in Gesprächen die Gefahr gesehen wurde, dass die Kalkulation bei Mitbewerber*innen vorgelegt werden, damit diese dann in einem gezielten Posten unterbieten könnten. Jedoch wurde auch gleichzeitig ein Vorteil in der Transparenz der Preise gesehen. Dies könne den Kund*innen als „Augenöffner“ dienen, damit sie die niedrigen



Gewinnmargen sehen und wissen, dass ein niedrigerer Preis auf Kosten der Mitarbeitenden gehen würde und deswegen schlichtweg nicht möglich ist, auch wenn Mitbewerber*innen dies anbieten.

Das Ausmaß der externalisierten Kosten ist nicht bekannt, geht jedoch nicht über den gesetzlichen Standards hinaus.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Inhaltsstoffe aller Produkte wurden transparent ausgewiesen.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... die Preisbildung überdenken. Wenn es kein gemeinwohltträgliches Unternehmen ist, wird gegebenenfalls und nach Besprechung mit allen die Risiko --/Gewinnmarge erhöht.

... die Kalkulation der Preise mitschicken, damit die Kund*innen sehen können, warum keine niedrigeren Preise angeboten werden, auch wenn Mitbewerber*innen dies unter Umständen tun.

Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen [0%]

Alle Gefahrenstoffe und Gebrauchs-Risiken der Produkte werden öffentlich deklariert.



E GESELLSCHAFTLICHES UMFELD [31%]

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 und Finanzpartner*innen	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investition 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	D1 Ethische Kund*innen-Beziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	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

Hier geht es über den Geschäftsalltag hinaus, also um die Auswirkungen von dem, was das Unternehmen macht, auf: **E1** die Menschheit insgesamt; **E2** das Gemeinwesen in Form des Staates/der Gesellschaft über die reinen Steuern und Abgaben hinaus; **E3** die Umwelt und **E4** Berührungsgruppen die nicht in A-D sind, also zum Beispiel Anrainer*innen und zukünftige Generationen.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen [40%]

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben [40%]

Grundbedürfnisse vs. Luxus

Die Gebäudeservice Wodara GmbH erfüllt mit ihren Dienstleistungen in der Regel stets Grundbedürfnisse. Der Hauptfokus liegt hierbei auf den Bedürfnissen nach Wohlbefinden, Gesundheit, Lebenserhaltung, sowie Schutz und Sicherheit. Eine professionell durchgeführte Reinigung ist förderlich oder sogar nötig für ein gesundes Leben, das von Wohlbefinden geprägt ist. Die Beseitigung von Keimen und Bakterien bietet auch Schutz und Sicherheit.

Eine gut gepflegte Wohnung erhöht das Wohlbefinden, während die Beseitigung von Gefahrenquellen einer vernachlässigten Immobilie oder Totholz in Bäumen die Sicherheit der Kund*innen erhöht. Der



Winterdienst spielt hier ebenfalls eine große Rolle, da er maßgeblich der Sicherheit der Kund*innen und der gesamten Gesellschaft dient.

Außerdem könnte auch ein Grundbedürfnis nach Geborgenheit sowie Muße und Erholung und Kreativem Schaffen eine Rolle spielen. In einer verunreinigten Kita oder Wohnung fühlt sich niemand geborgen. Die Reinigung durch einen externen Dienstleister ermöglicht den Kund*innen Freiraum für Muße, Erholung oder auch Kreatives Schaffen. Bei Privatpersonen könnte sich hier die Frage stellen, ob dies nicht bereits Luxus ist. Eine professionell durchgeführte Reinigung geht jedoch weit über das hinaus, was eine ungelernete Privatperson leisten könnte. Außerdem erscheint es unangemessen, die daraus gewonnene Zeit einer Privatperson automatisch als Luxus zu bewerten. Freie Zeit zur Erholung ist ein wertvolles Gut, welches auch ein Grundbedürfnis ist. Auch gesamtgesellschaftlich könnte argumentiert werden, dass diese Menschen ihre Zeit somit effektiver gemäß ihrer Stärken zu einer Erhöhung des gesamtgesellschaftlichen Nutzen verwenden können.

Über die Grenze von Grundbedürfnis zu Luxus wurde viel diskutiert, aus der letzten Peer-Group-Bilanzierung wurde jedoch nochmal bestärkt, dass Reinigung kein Luxus sei. Vor allem bei Unternehmen, deren Mitarbeitende nicht nach getaner Arbeit das komplette Gebäude reinigen sollten, vor allem, da sie dies wie eingangs erwähnt, nie im gleichen Maße wie gelernte Reinigungskräfte könnten. Somit kommt das Unternehmen zu der Einschätzung, dass nur in Ausnahmefällen eine Dienstleistung ein Luxus für die Kund*innen ist und kein Grundbedürfnis stillt.

Grundbedürfnisse.	99% (vor allem Gesundheit, Wohlergehen, Schutz, Sicherheit)
Luxus:	1%

Nutzenart

Die Art des Nutzens wird hauptsächlich als mehrfach oder einfach eingestuft. Ein negativer oder hemmender Nutzen könnte entstehen, wenn in einem Mietobjekt manche Mieter*innen beispielsweise nicht einverstanden mit dem alljährlichen Rasenmähen sind, weil sie sich sehr für naturbelassene Grünflächen einsetzen und sich somit in ihrer Identität gehemmt fühlen. Im gleichen Beispiel könnte auch ein Negativnutzen daraus argumentiert werden. Aus diesen Überlegungen ergibt sich folgende Einschätzung:

Mehrfacher bzw. einfacher Nutzen:	95%
Hemmender bzw. Pseudo-Nutzen:	25%
Negativ-Nutzen:	15%

Beitrag zur Entwicklung der Menschen und der Biosphäre

Der Beitrag zur Entwicklung der Biosphäre wird bei rund 10% der Dienstleistungen geschätzt, da die Pflege der Natur durch die Abteilung Grünanlagenpflege einen Beitrag leistet. Der dabei entstehende Grünschnitt wird nicht verbrannt, sondern kompostiert, sodass er der Erde die Nährstoffe zurückgibt. Die Förderung der Entwicklung des Menschen wird in allen Dienstleistungen gesehen. Durch die angebotenen Dienste wird den Menschen Freiraum geschaffen, sich anderweitig weiterzuentwickeln. Sie müssen nicht selbst ihre Wohnung renovieren, ihre Arbeitsräume reinigen oder Reparaturen durchführen, ganz abgesehen davon, dass sie das auch oft nicht ohne Weiteres könnten. Eine Anekdote des Geschäftsführers verdeutlicht, wie wichtig Menschen ein sauberes Umfeld für ihr Wohlergehen ist. Bei Vorträgen an Schulen fragt er stets, was die Schüler*innen am meisten in ihrer Schule stört, und die Antwort sei immer „Dass es in der Schule so dreckig ist.“



Beitrag zur Entwicklung ...

... der Menschen: 100%

... der Biosphäre: 10%

Einfluss auf die UN-Entwicklungsziele



Der Einfluss wird vor allem beim Ziel 3 „Gesundheit und Wohlergehen“ gesehen, da dies das Grundbedürfnis der Menschen ist, welches durch die Dienstleistungen und Produkte hauptsächlich abgedeckt wird. Bei einer genaueren Betrachtung der Unterziele und Indikatoren, die in jedem der 17 Ziele stecken, wird darüber hinaus ein Einfluss auf folgende Unterziele gesehen: Im Ziel 12 „Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster“ trägt das Unternehmen vor allem zum Unterziel 12.5 „Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern“ und 12.6 „Die Unternehmen, insbesondere große und transnationale Unternehmen, dazu ermutigen, nachhaltige Verfahren einzuführen und in ihre Berichterstattung Nachhaltigkeitsinformationen aufzunehmen“ bei. Es wird auf eine Reduktion von Verpackungsmaterial, Langlebigkeit, Reparatur statt Neukauf und eine maßvolle Nutzung der Reinigungs- und Baumittel geachtet. Durch die Veröffentlichung des Gemeinwohl-Berichts trägt es seinen Teil zu mehr Transparenz bei. Zusätzlich wird eine Stärke im Beitrag zum Ziel 8 „Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum“ gesehen. Die Reinigungsbranche leidet häufig unter schlechten Arbeitsbedingungen und wegen ihrer scheinbaren Niedrigschwelligkeit bewerben sich vermehrt weniger privilegierte Menschen. Durch den Einsatz für diese Gruppen und deren Förderung trägt das Unternehmen zur Erreichung der Unterziele 8.5 „Bis 2030 produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle Frauen und Männer, einschließlich junger Menschen und Menschen mit Behinderungen, sowie gleiches Entgelt für gleichwertige Arbeit erreichen“ und 8.8 „Die Arbeitsrechte schützen und sichere Arbeitsumgebungen für alle Arbeitnehmer, einschließlich der Wanderarbeitnehmer, insbesondere der Wanderarbeitnehmerinnen, und der Menschen in prekären Beschäftigungsverhältnissen, fördern“



bei. Es werden langzeitarbeitslose Menschen eingestellt, aktiv auf Geflüchtete zugegangen und übertariflich sowie nach dem Prinzip „Gleicher Lohn für gleiche Arbeit“ gezahlt.

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen [40%]

Das Unternehmen hat auch einen Einfluss über die Kund*innen hinaus. Schon bei der Einstellung der Mitarbeitenden kann von einer gesellschaftlichen Wirkung gesprochen werden. Das Unternehmen liegt mit Berlin-Marzahn nicht in der strukturstärksten Region. Bei der Gebäudeservice Wodara GmbH haben auch Menschen eine Chance, die sonst nicht viele Möglichkeiten hätten, beispielsweise wurden im Berichtszeitraum mindestens fünf langzeitarbeitslose Menschen eingestellt. Die übertarifliche Bezahlung kommt vor allem vielen Mitarbeitenden der niedrigen Gehaltsstufen in der Gesellschaft zu Gute.

Darüber hinaus wird sich auch für das Bild der Gebäudereiniger*innen in den Medien und der Gesellschaft eingesetzt. Diese sind oft mit negativen Stereotypen behaftet, gegen die mit Interviews bei regionalen Zeitungen, Schreiben an Politiker*innen sowie Verlage und Vorstellungen des Berufs an Schulen vorgegangen wird. Auch auf der Webseite und im Magazin wird über die Vielfalt des Berufs berichtet, genauso wie über die Gemeinwohl-Ökonomie und deren Werte, wodurch das Unternehmen in der Region und Branche klar eine Vorbildrolle einnimmt. Hier wird auch aktiv über mehr Umweltbewusstsein und Themen wie Recycling berichtet. Über das Engagement beim Deutschen Nachhaltigkeitskodex sensibilisiert das Unternehmen die Probleme der Branche auch auf Seiten wie www.nachhaltiges-handwerk.de



Ein weiteres Problem der Branche sowie vieler Handwerksbetriebe allgemein ist die saisonbedingte Ruhephase im Winter. Durch die Abteilung Winterdienst kann die Gebäudeservice Wodara GmbH nicht nur für die eigenen Mitarbeitenden unbefristete Verträge sicherstellen, sondern auch in Zusammenarbeit mit Nachbarunternehmen diese darin unterstützen, ihrerseits ihre Mitarbeitenden unbefristet einstellen zu können.



Abbildung 21: Artikel in der regionalen Zeitung "Die Hellersdorfer"

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurden mindestens fünf langzeitarbeitslose Menschen eingestellt.
- Es wurde übertariflich gezahlt, was vor allem vielen Mitarbeitenden der niedrigen Gehaltsstufen in der Gesellschaft zu Gute kommt.
- Es wurde sich für eine authentische und nicht stereotypisierte Darstellung von Gebäudereiniger*innen eingesetzt.
- Es wurde für unbefristete Verträge trotz der saisonbedingten Ruhephase für viele Handwerksbetriebe gesorgt.

Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen [0%]

Weder das Unternehmen noch dessen Kund*innen stellen Produkte oder Dienstleistungen her, die im Arbeitsbuch als menschenunwürdig aufgelistet sind.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen [40%]

E2.1 Steuern und Sozialabgaben [50%]

Der jährliche Umsatz betrug durchschnittlich 4.695.177,11 € im Berichtszeitraum.

Die Nettoabgabenquote für den Berichtszeitraum beträgt 7,36%. Sie errechnet sich wie folgt:

Die lohnsummenabhängigen Steuern ...

Arbeitnehmer*innen-Anteil	
Lohnsteuer	201.784,50 €
SV	430.779,55 €
Gesamtsumme	632.564,05 €
Arbeitgeber*innen-Anteil	
Lohnsteuer	5.746,75 €
SV	531.470,20 €
Gesamtsumme	537.216,95 €
INSGESAMT	1.169.781,00 €

... werden mit den Ertragssteuern verrechnet, wovon Zuschüsse abgezogen werden.

Zuschüsse	39.870,90 €
Körperschaftsteuer	9.592,00 €
Solidaritätszuschlag	527,56 €
Gewerbsteuer	9.165,00 €



Daraus ergeben sich die Nettoabgaben:

Nettoabgaben = Gesamtsumme – Zuschüsse + Körperschaftssteuer + Gewerbesteuer	1.148.667,10 €
---	-----------------------

Dieser Wert wird nun auf die Gewinne vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen bezogen.

Jahresüberschuss	43.826,81 €
sonstige Steuern	7.047,05 €
Steuern vom Einkommen und Ertrag	19.647,98 €
Gewinn vor Steuern	70.521,84 €
Fremdkapital-Zinsen	14.019,08 €
Gewinne vor Steuern + Fremdkapitalzinsen	84.540,91 €

Daraus ergibt sich die Nettoabgabenquote:

rel. Netto-Abgabenquote	7,36%
--------------------------------	--------------

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens [30%]

Im Bezug zum durchschnittlichen jährlichen Umsatz in Höhe von 4.695.177,11 € gesetzt ergibt sich somit folgende Zahl: Rund 1,11% des Umsatzerlöses werden für das Gemeinwesen ausgegeben.

Posten	Wert
Fahrtkostenerstattung Wohnung / Arbeitsstätte	8.322,63 €
freiwillige Leistungen: freiwillige soziale Aufwendungen (lohnsteuerpflichtig)	28.797,52 €
freiwillige Leistungen: freiwillige soziale Aufwendungen (lohnsteuerfrei)	1.948,41 €
Aufwendungen für Altersvorsorge	12.946,56 €
Gesamt	52.015,11 €

Bei der Erstellung der Bilanz wurde der Eindruck geäußert, dass der Bezug von Spenden und Sponsoring auf den Umsatz nur begrenzt aussagekräftig sei, da der Umsatz alleine nicht aussagt, welche Summen dem Unternehmen zur freien Verfügung stehen. Stattdessen wurde es als interessant empfunden, die freiwilligen Leistungen in Bezug auf die Gewinne bzw. den Jahresüberschuss zu setzen, um zu sehen, wieviel des Geldes, das nach der regulären Geschäftstätigkeit „übrig“ bleibt, in das Gemeinwesen fließt.

Prinzipiell versucht das Unternehmen, Spenden und Sponsoring effektiv zu gestalten. So wird das Geld beispielsweise lieber in kleine Vereine wie eine lokale Volleyballmannschaft gesteckt, da das „Geld dort sinnvoller angelegt [sei]“ und sich ein solch kleiner Verein „um die Menschen [kümmere], um die es uns geht“, also um die Stärkung der Gemeinschaft vor Ort.



Im Berichtszeitraum wurden durchschnittlich 5.295,61 € pro Jahr gespendet. Außerdem wurde für die jährliche kostenlose Beschaffung und Aufstellung von Weihnachtsbäumen in den Kitas durchschnittlich 1.932 € pro Jahr ausgegeben. Gemeinsam ergibt das 7.227,61 € pro Jahr. Der Gewinn betrug im Jahresdurchschnitt 43.826,81 €, zusammen mit den Spenden also 51.054,42€. Die 7.227,61 € machen von diesen 51.054,42 € rund 14,2% aus. Es wurden also rund 14,2% des Gewinns für das freiwillige Engagement und die Weihnachtsbäume ausgegeben. Unentgeltlich geleistete Arbeitszeit ist in diesen Geldwerten nicht enthalten.



Abbildung 23: Einsatz im Kinderhospiz Berliner Herz 2019



Abbildung 22: Engagement bei der gGmbH Berliner Schulpate

Das Engagement besteht zum Großteil seit vielen Jahren, meist vier bis fünf, und beinhaltet Spenden an den Arbeiter-Samariter-Bund, das Kinderhospiz Berliner Herz, das Sponsoring von Trikots lokaler Sportmannschaften sowie Spenden an Kitas.

Darüber hinaus engagiert sich das Unternehmen auch im Rahmen der gGmbH Berliner Schulpate, indem es den Beruf des*r Gebäudereiniger*in an Schulen vorstellt. Außerdem hat es eine Zeitungspatenschaft für eine Marzahner Schule übernommen. Teilnahmen am Forum Berufsbildung sowie an der Jobbörse der Berliner Handwerks-kammer dienen ebenfalls der Vorstellung des Berufsbildes. Für die Kinderhospiz-Station der Charité wird außerdem einmal im Jahr eine kostenlose Grundreinigung durchgeführt, sowie zur Adventszeit eine Weihnachts-aktion organisiert.



Abbildung 24: Weihnachtsmann-Aktion in der Kinderstation



Als weiteres gesellschaftliches Engagement ist die Mitgliedschaft im Verein Gemeinwohl-Ökonomie Berlin-Brandenburg e.V. sowie das Engagement beim Marzahn-Hellersdorfer Wirtschaftskreis e.V. erwähnenswert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Das Engagement wurde seit der letzten Bilanz aufrechterhalten.
- Durch das Berichten über die Tätigkeiten und das Engagement in Netzwerken wurde eine Vorbildfunktion eingenommen. Mitunternehmende fühlten sich hoffentlich ermutigt, sich ebenso zu engagieren. "

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... eine Größe festlegen, wieviel gespendet wird. Zum Beispiel: 15% des Gewinns werden gespendet. Das Team entscheidet dann, an wen oder was.

Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung [0%]

Die Gebäudeservice Wodara GmbH ist weder Teil eines internationalen Konzerns noch agiert sie im Verbund mit anderen internationalen Partner*innen. Da das Unternehmen regional in Berlin und Umgebung agiert, nimmt es auch nicht an der digitalen Ökonomie teil.

Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention [0%]

Korruption wird im Unternehmen nicht geduldet. Mitarbeitende sind angehalten, regel- oder gesetzeswidriges Verhalten zu melden. Es erfolgen keinerlei Spenden an Parteien, die Mitgliedschaft in Netzwerken wie der Gemeinwohl-Ökonomie oder dem Marzahner-Hellersdorfer Wirtschaftskreis ist allgemein bekannt.

Prinzipiell gilt das Mehr-Augen-Prinzip, das durch die ständige Arbeit im Team sichergestellt wird.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen [20%]

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie [10%]

Im Unternehmen werden die Umweltauswirkungen nicht systematisch erfasst. Die größten Umweltauswirkungen liegen jedoch sicherlich im Fuhrpark. Wie in D3 beschrieben, wird versucht, durch eine gute Planung die Anzahl und Länge von Fahrten so weit wie möglich zu reduzieren. Auch die indirekten Umweltauswirkungen werden versucht, möglichst gering zu halten, indem (wie in A beschrieben) Einzelbestellungen möglichst vermieden werden. Hier gibt es jedoch noch Luft nach oben.

In den Büroräumen wird Recyclingpapier verwendet und sich um einen sparsamen Nutzen des Druckers bemüht. Beim Umzug wurden LED-Lampen eingesetzt, die umweltschonender sind. Da die Räume jedoch angemietet und das Gebäude mit weiteren Unternehmen geteilt wird, sind die Werte nur schwer erhebbar und der Einfluss gering.



Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

... gewisse Umweltkennzahlen erfassen wie zum Beispiel den Wasser-, Strom- und Benzinverbrauch.

E3.2 Relative Auswirkungen [20%]

Da die Umweltauswirkungen nicht systematisch erfasst werden, ist ein Vergleich mit Branchenwerten hinfällig.

In den Gesprächen wurde jedoch geäußert, dass das Unternehmen im Vergleich zu anderen in der Branche besser sei. Die Umwelt profitiert von der Reduktion der Verpackungsmaterialien, dem Achten auf Eco-Label bei den meistverwendeten Reinigungsmitteln und den guten und langlebigen Geräten. Darüber hinaus wurden auch oft die guten Arbeitsbedingungen erwähnt, da vor allem in der Reinigungsbranche viele Unternehmen ihre Mitarbeitenden nicht sehr gut behandeln.

Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen [0%]

Es werden alle Gesetze eingehalten. Alle nötigen Genehmigungen liegen vor, es wurde und wird gegen keine Umweltauflagen verstoßen. Es liegen keine Beschwerden für den Berichtszeitraum vor.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung [30%]

E4.1 Transparenz [50%]

Das Unternehmen hat im Berichtszeitraum regelmäßig im Magazin über Erneuerungen und Aktivitäten berichtet. Dieses Magazin wurde an Kund*innen sowie Mitarbeitende versendet. Darüber hinaus stehen die 2018 veröffentlichte Gemeinwohl-Bilanz sowie die Magazine allumfassend auf der Webseite allen Interessierten zur Verfügung. Sie können ohne jegliche Hürden als PDF-Dokument heruntergeladen werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Das Unternehmen hat im Magazin regelmäßig über Aktivitäten und Neuerungen berichtet.
- Die Gemeinwohl-Bilanz von 2018 stand auf der Webseite allen zur Verfügung.
- Eine Rebilanzierung wurde in Angriff genommen.

Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung [10%]

Bürger*innen und andere Berührungsgruppen können sich jederzeit an das Unternehmen wenden. Alle Kommunikationskanäle stehen allen jederzeit offen. Darüber hinaus ist auch das Bürogelände frei zugänglich.



Es gibt jedoch keine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs.

Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation [0%]

Alle öffentlichen Informationen über das Unternehmen entsprechen der Realität. Auch bei eigenen Veröffentlichungen wird stets auf Authentizität geachtet.



Ausblick

Kurzfristige Ziele

1-2 Jahre

Die kurzfristigen Ziele sind in den einzelnen Aspekten vermerkt. Darüber hinaus möchte das Unternehmen auf kurze Sicht...

... das Handbuch überarbeiten.

... den Organisationsablaufplan überarbeiten bzw. dafür sensibilisieren. Dort sind klare Abläufe und Weisungsbefugnisse festgehalten.

... klare Regeln und Strukturen für das Lager schaffen, damit klar ist, wer welche Materialien entnimmt.
Vorschläge: Materialliste, Schlüsselbuch, Scanner

Langfristige Ziele

3-5 Jahre

Auf lange Sicht möchte das Unternehmen...

... den internen Gender Pay Gap verringern.

... einzelne Kennzahlen der GWÖ regelmäßig erheben und auswerten wie zum Beispiel Anzahl und Inhalt der Fortbildungen.

... eine Wasseraufbereitungsanlage installieren, dies auf Strom und Wasser erweitern.

... aus der Lagerhalle etwas machen, z.B. eine soziale Begegnungsstätte.

... die Gedanken von Laloux umsetzen.

... das Bewusstsein dafür erhöhen, wieviel schon für Nachhaltigkeit getan wird und wie viel Einfluss die Menschen haben.

... auf dem Betriebsgelände eine Lehrbauwerkstatt für Maler*innen, Fliesenleger*innen errichten, mit Büro und Klassenraum für kleine Lerngruppen und Weiterbildungen.

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

Die Gebäudeservice Wodara GmbH verwendet den Gemeinwohl-Berichtsstandard für die Erfüllung der „non-financial-reporting“-Vorgaben, da der Gemeinwohl-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemein verständlich, öffentlich zugänglich und extern auditiert ist. Im vorliegenden Bericht werden das Geschäftsmodell sowie Sinn und Zweck des Unternehmens und seiner Produkte und Dienstleistungen, beschrieben. Es wird auch auf Maßnahmen des Unternehmens zur Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmer*innenbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption eingegangen. Auch über Risiken und deren Handhabung wird berichtet. Relevante nicht-finanzielle Leistungsindikatoren werden umfangreich offengelegt.



Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Dies ist die zweite Gemeinwohl-Bilanz der Gebäudeservice Wodara GmbH. Die erste Bilanz wurde als Kompaktbilanz im Peer-Review-Verfahren erstellt. Da die Personalerin gewechselt hatte und es diesmal eine weitaus umfangreichere Vollbilanz ohne Unterstützung anderer Unternehmen war, wurde praktisch noch einmal neu begonnen.

Zur Erstellung der Bilanz hat sich das Unternehmen die Masterstudentin Filiz Jätzold ins Boot geholt, die im Rahmen ihres Projektpraktikums die Federführung der Bilanzierung übernommen hat. Die Bilanz wurde gemeinsam mit Sebastian Hemme, der 2019 für die Umsetzung der Gemeinwohl-Themen Teil des Unternehmens wurde, erstellt. Die nötigen Zahlen wurden vor allem vom Buchhalter Andreas Born sowie der Personalerin Eva Freiberg geliefert. Auch der Geschäftsführer Mario Wodara war eng involviert.

Bei dieser zweiten Bilanz war das Ziel, mehr Mitarbeitende einzubinden. Im Rahmen dessen sind Sebastian Hemme und Filiz Jätzold mit den Personen der höheren Management-Ebenen in persönliche Gespräche gegangen und haben ihnen ausgewählte Fragen zu Themen der Vollbilanz-Matrix gestellt. Insgesamt wurden somit 11 Personen interviewt, manche Gespräche dauerten bis zu drei Stunden. Die Wertschätzung für diese Einbindung in den Prozess wurde beiderseits deutlich. Filiz Jätzold und Sebastian Hemme konnten die Bilanz mit Leben füllen, persönlicher gestalten und auf das Expert*innen-Wissen der Gesprächspartner*innen zurückgreifen. Ein Gesprächsteilnehmer äußerte hinterher: „Wir hätten das bei der ersten (Bilanz) wahrscheinlich direkt so (mit Gesprächen) machen sollen.“

Hier geht ein großer Dank an alle Personen, die sich Zeit genommen haben, die Bilanz mit ihrem Wissen und Eindrücken in persönlichen Gesprächen zu füllen:

- Mario Wodara Geschäftsführer
- Andreas Born Controlling und Abteilungsleitung Winterdienst
- Babette Seist Leitung Büro
- Matthias Jahn Abteilungsleitung Farbe & Fliesen & Innenausbau
- Olaf Harder Abteilungsleitung Farbe & Fliesen & Innenausbau
- Sabine Hempel Abteilungsleitung Grünanlagenpflege
- Andreas Rösler Leitung des Lagers & Geländes
- Jens Hückstädt Abteilungsleitung Hausmeister*innen
- Robert Strecker Abteilungsleitung Höhenarbeit
- Frank Böhm Abteilungsleitung Sonderreinigung
- Eva Freiberg Personalerin
- Philipp Wodara zukünftiger Geschäftsführer

Weitere Mitarbeitende wurden über eine Umfrage befragt. Ein großes Dankeschön auch hier an alle Teilnehmenden! Darüber hinaus waren auch die größten Lieferant*innen involviert. Von ihnen kamen Listen mit den gekauften Produkten, um die Label analysieren zu können. Bei offenen Fragen konnte



auf die Hilfe aus verschiedenen Bereichen der Gemeinwohl-Ökonomie-Vereine vertraut werden. Danke auch an Philipp Wodara für viele konstruktive Hinweise.

Da die Bilanzierung in die Covid19-Lockdown-Phase fiel, war eine engere Interaktion leider nicht umsetzbar. In der nächsten Bilanz ist das Ziel, noch mehr Personen einzubinden.

Erwähnenswert ist auch die Zielerstellung, die ebenfalls partizipativ gestaltet wurde. Die Mitarbeitenden konnten die gesammelten Zielvorschläge aus den Gesprächen kommentieren, neue hinzufügen und im Nachhinein über Priorisierungen abstimmen und wählen, bei welchem Ziel sie gerne an den nächsten Schritten aktiver beteiligt sein möchten. Auch hier gilt: Danke für die rege Teilnahme.

Insgesamt wurden geschätzt ca. 500 Stunden aufgewandt.

Die gesamte Bilanzierung über war der Prozess über die Mitarbeitenden-Plattform verfolgbar. Hier wurden auch erste Versionen für Feedback und Rückmeldungen zugänglich gemacht. Die endgültige Bilanz wird auf der Homepage in Lang- und Kurzfassung veröffentlicht werden. An die Mitarbeitenden und Kund*innen wird eine leichter leserliche Zusammenfassung verschickt werden.

Datum: 26. Februar 2021

