

GEMEINWOHL-BERICHT

KOMPAKT-VERSION

SFP

Architekten GmbH

Möhringer Str. 60/1
70199 Stuttgart
Deutschland



MIT UNTERSTÜTZUNG VON

STUTTGART
Wirtschaftsförderung



VORWORT

Mit Ethik zum Erfolg!

Unternehmen messen ihr wirtschaftliches Handeln auf der Grundlage ethischer Werte

Die Gemeinwohl-Ökonomie beschreibt eine sozialere, ökologischere und demokratischere Wirtschaft. Aufbauend auf den Werten Menschenwürde, Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit, Mitbestimmung und Transparenz erfolgt eine Darstellung der Maßnahmen die ein Unternehmen trifft, um über den gesetzlichen Rahmen hinaus, einen Beitrag zum Wohle aller Menschen zu leisten.

Die Entscheidung zusätzlich zum finanzrechtlichen Jahresabschluss eine Gemeinwohlbilanz zu schreiben, bedeutet in einem Unternehmen nicht nur die wirtschaftlichen Auswirkungen zu beurteilen, sondern ebenso die ethische Werthaltung, durch welche Beziehungen und Kooperationen gelingen, transparent darzustellen.

„Heute kennen die Menschen von allen Dingen den Preis aber nicht mehr ihren Wert!“

Immer mehr Menschen fragen nach dem Sinn ihrer beruflichen Tätigkeit. Das wirtschaftliche und gemeinwohlorientierte Handeln der Unternehmen, so der Wunsch vieler Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, soll wieder mit jenen Werten und Zielen übereinstimmen, die in den meisten Verfassungen westlicher Demokratien verankert sind.

Die Gemeinwohlbilanz (Gemeinwohlbericht + Gemeinwohl-Matrix) ist das zentrale Werkzeug der Gemeinwohl-Ökonomie. Sie hilft mit ihrer Matrixstruktur das unternehmerische Handeln und deren Wirkung abzubilden. So entsteht eine wertvolle Grundlage für zukünftige Entscheidungen.

Das Unternehmen SFP Architekten teilt diese Werthaltung und ist Mitglied beim Verein zur Förderung der Gemeinwohlökonomie.

Blick auf den Prozess zur Erstellung des Gemeinwohlberichtes

Das Unternehmen SFP Architekten hat im Zuge einer Workshopreihe vom 29.06.2020 mit zwei weiteren Betrieben die Gemeinwohlbilanz geschrieben und sich einem Audit gestellt.

DAS UNTERNEHMEN

- Firma: SFP Architekten GmbH
- Adresse: Möhringer Str. 60/1, 70199 Stuttgart
- Region/Land/Staat: Region Stuttgart, Baden-Württemberg, Deutschland
- Homepage: www.sfp-architekten.de
- Anzahl Mitarbeiter*innen: 15 Mitarbeiter
- Bilanzsumme: 718.000 €
- Durchschnittliche Investitionshöhe pro Jahr: 28.300 €
- Tochtergesellschaften/ verbunden Unternehmen: keine
- Berichtszeitraum: 2019

TÄTIGKEITSBERICHT

SFP Architekten bieten alle klassischen Architektenleistungen im Hochbau.

Unsere Arbeit begreifen wir als einen ganzheitlichen Prozess: Beginnend bei der Grundlagenermittlung von Projekten, der Planung, dem Management der Bauprozesse, Bauleitung, Kosten- und Terminmanagement. Wir bieten alle Leistungen der Honorarordnung für Architekten und Ingenieure (HOAI).

Projektentwicklung: wir unterstützen Projektentwicklungsgesellschaften bei planerischen und baurechtlich durchzuführenden Lösungen.

Planungsgutachten: wir bieten privaten und institutionellen Bauherren Entscheidungsgrundlagen für zukünftige Investitionen, basierend auf Entwicklungschancen bestehender Immobilien, Brachen und unbebauten Grundstücken.

Sanierung, Umbau und Modernisierung: seit Mitte der siebziger Jahren restrukturieren und sanieren wir zahlreiche zum Teil denkmalgeschützte Gebäude.

Die Umbauarbeiten wurden häufig während laufenden Betriebs vorgenommen.

Bis heute ist diese Aufgabe ein wichtiger Schwerpunkt unserer Tätigkeit.

Die Bauleitung ist ein wichtiger Bestandteil unseres Büros. Besonders bei komplexen Bauaufgaben wie Krankenhäuser, die während des laufenden Betriebs umgebaut werden müssen, ist Erfahrung, Flexibilität und Kompetenz notwendig.

Bei manchen Projekten wird von SFP die Objektplanung als Teilleistung ausgeführt.

Beratung und Betreuung von Wettbewerben und Verfahren mit der Verordnung über die Vergabe öffentlicher Aufträge (VgV).

Beratung bei barrierefreiem Bauen.

Qualitätsmanagement: Durch ein internes Qualitätsmanagement, das nach der DIN EN ISO 9000 ff. und dem Total Quality Management-System aufgebaut ist, wird die Umsetzung aller

Bauherrenwünsche erzielt. Gleichzeitig wird eine kontinuierliche Verbesserung aller Prozesse sichergestellt.

Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Private Auftraggeber	20%
Öffentliche Auftraggeber	40%
Gewerbliche Auftraggeber	40%

DAS UNTERNEHMEN UND DAS GEMEINWOHL

Nachhaltiges Bauen im Bestand – mit dem Begriff wird eine Art zu planen und zu bauen umschrieben, die Gebäude künftig ökologisch, ökonomisch und sozial besser machen soll als bislang: Nachhaltiges Bauen soll in deutlichem Maße zum Klimaschutz und zur Energiewende beitragen, Ressourcen effizienter nutzen helfen und zugleich einen sozial vorbildlichen Gebäudebestand ermöglichen.

Das reicht uns nicht.

Um zu einem Umdenken beizutragen und eine unserem Gemeinwohl dienende Wirtschaft hervorzubringen, müssen wir die uns wichtigen Werte selbst aktiv einbringen und unternehmerische Verantwortung übernehmen.

Wir, die SFP Architekten wollen zukünftig auch ökologisch, ökonomisch und sozial besser arbeiten und die Dienstleistung „Planung“ in Bezug zur Gemeinwohl-Ökonomie stellen.

Ansprechperson für die GWÖ bei SFP Architekten:

Ulrike Schnitzer

SFP Architekten GmbH

Möhringer Str. 60/1, 70199 Stuttgart

T: +49 711 476870, M: +49 178 1722425 email: uschnitzer@sfp-architekten.de

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHLBILANZ

Die SFP Architekten GmbH ist Mitglied der GWÖ-Regionalgruppe Stuttgart. Die Stadt Stuttgart hat als eine der Vorreiter*innen unter den Kommunen in Deutschland das Thema Gemeinwohlökonomie früh aufgegriffen.

Die Abteilung Wirtschaftsförderung legte eine Nachhaltigkeitsförderung für Unternehmen aus Stuttgart auf. Unser Unternehmen hat im Zuge einer Workshopreihe von Juni bis Oktober 2020 mit zwei weiteren Betrieben die Gemeinwohlbilanz geschrieben und sich einem Audit gestellt.

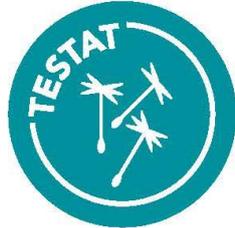
Für die Erstellung der Gemeinwohlbilanz konnten wir 16 Stunden Individualbetreuung in Anspruch nehmen. Diese erfolgte per Videokonferenz und vor Ort.

Die Workshopreihe wurde von Ulrike Amann, MACD (www.ulrike-amann.com) und Mag. Gebhard Moser (www.moser-consulting.at) begleitet.

Ein Audit erfolgte im März 2021 durch
Gitta Walchner
Auditorin und Referentin
Vorstand: Gemeinwohl-Ökonomie Baden-Württemberg e.V.
Reinhard-Booz-Str. 13
79249 Merzhausen

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	III
DAS UNTERNEHMEN	IV
TÄTIGKEITSBERICHT	IV
DAS UNTERNEHMEN UND DAS GEMEINWOHL.....	V
INHALTSVERZEICHNIS	VII
A - LIEFERANT*INNEN.....	9
A1 - MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE	9
A2 - SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE.....	12
A3 - ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE	15
A4 - TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG IN DER ZULIEFERKETTE.....	18
B - EIGENTÜMER*INNEN UND FINANZPARTNER*INNEN	20
B1 - ETHISCHE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN	20
B2 - SOZIALE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN.....	23
B3 - SOZIAL-ÖKOLOGISCHE INVESTITIONEN UND MITTELVERWENDUNG	25
B4 - EIGENTUM UND MITENTSCHEIDUNG	28
C - MITARBEITENDE.....	30
C1 - MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ	30
C2 - AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE.....	34
C3 - ÖKOLOGISCHES VERHALTEN DER MITARBEITENDEN.....	37
C4 - INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ.....	40
D - KUND*INNEN UND MITUNTERNEHMEN.....	43
D1 - ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG.....	43
D2 - KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN.....	47
D3 - ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN	51
D4 - KUND*INNEN-MITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ	53
E - GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	56
E1 - SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN.....	56
E2 - BEITRAG ZUM GEMEINWESEN.....	59
E3 - REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN	62
E4 - TRANSPARENZ UND GESELLSCHAFTLICHE MITENTSCHEIDUNG.....	64
AUSBLICK	66
BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHLBILANZ...67	



Bilanzierendes
Unternehmen
mit externem Audit

Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	SFP Architekten GmbH	
	M5.0 Kompaktbilanz	2019	Auditor*In: Gitta Walchner	
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: 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 20 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 60 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 10 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 10 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 30 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 20 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 10 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 40 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 60 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 20 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 60 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 20 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 50 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 10 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 20 %
			Testat gültig bis: 31. March 2023	BILANZSUMME: 284

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
TestatID: **o491b**
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

A - LIEFERANT*INNEN

Bei der Betrachtung unserer Lieferant*innen haben wir uns auf die 10 wichtigsten bzw. größten beschränkt.

A1 - MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE

Die Produkte und Dienstleistungen, die ein Unternehmen zukauf, sind mit einer Vielzahl an gesellschaftlichen Auswirkungen verbunden. Diese können sowohl positiv als auch negativ sein. Besonders wichtig sind die Arbeitsbedingungen aller Mitarbeitenden in der gesamten Zulieferkette. Ein Unternehmen ist für das Wohlergehen aller Menschen – auch bei seinen Lieferant*innen und Vorlieferant*innen – mitverantwortlich.

Haltung des Unternehmens zum Thema



Unser Wissen über die Einhaltung der Menschenwürde ist uns bei der Mehrzahl unserer Lieferant*innen nur insofern möglich, dass wir bei einigen Lieferant*innen regelmäßig vor Ort sind (z.B. bei Besprechungen) und uns somit ein Bild des Zustandes bei unseren Lieferant*innen selbst und deren Arbeitsplätzen machen können.

Wie wird das Thema aktuell gelebt



Das größte Volumen an „Lieferungen“ in unser Büro sind Dienstleistungen, bzw. Fremdleistungen. Wir können entweder aus Kapazitätsgründen oder weil uns das Know-how fehlt, nicht alle Projekte in Eigenleistung erbringen und suchen uns passende Dienstleister, in Form von Subplanern oder Freien Mitarbeitern. Unsere Dienstleister kennen wir meist schon viele Jahre, wir kennen deren Philosophie, Bürostruktur, Arbeitsweise und schätzen diese, da sie der unseren sehr nahe liegt.

Die Einhaltung der Menschenwürde steht hier an wichtiger Stelle. Viele unserer Dienstleister sind Einzelpersonen oder kleine, mittelständische Unternehmen, die auch am Nachhaltigen Bauen und dem Gemeinwohl orientiert sind.

Zusätzlich benötigen wir z.B. folgende Leistungen: Buchhaltung und Lohnbuchhaltung, Reinigungskräfte, IT Dienstleistungen, Druckerei, Versicherungen, Leasinggeber für KFZ, Kopierer, etc., Telefon/Internet, Bürobedarf, Miete und Finanzdienstleistungen.

Mit vielen unserer Dienstleister außerhalb der Projektarbeit arbeiten wir schon seit langem zusammen, wir kennen uns persönlich.

Über die Lieferant*innen hinaus, die wir bereits kennen, haben wir versucht im Internet zu recherchieren und sind auf folgende Inhalte gestoßen, z.B. ist unser Stromlieferant, die Süwag Energie AG von ihren Mitarbeitern als „top company“ zu den Themen Work-Life-Balance, Zusammenarbeit, Führung und strategische Ausrichtung ausgezeichnet worden und hat 4.2 von 5 Sternen erhalten.

Kennzahlen

Roh- Hilfs- und Betriebsstoffe, Dienstleistungen

Einkaufsvolumen in TSD €	81,5
Einkauf Produkte & Dienstleistungen in TSD €	81,5
Anteil angeführter P & DL vom Einkaufsvolumen*	100,00%
Anzahl überprüfter Lieferanten	6 von 7
überprüftes Volumen**	70,86%
zertifiziertes Volumen***	5,59%

*Der Einkauf von Produkten und Dienstleistungen ist unterteilt in Dienstleistungen, wie z.B. unsere IT Beratung (8%), Gebäudereinigung (11%) und Gaslieferant (7%) und Fremdleistungen, wie z.B. Nachhaltigkeits- und Energieberater (27%), Fassadenplanung (18%), Steuerberater (16%) und allgemeine Planungsleistungen (18%)

**wir haben außer bei der Gebäudereinigung die Arbeitsbedingungen überprüft (wir kennen die Menschen persönlich) und jeweils zu ca. 80% für fair befunden.

***unser Stromlieferant ist von seinen Mitarbeiter*innen als „top company“ zu den Themen Work-Life-Balance, Zusammenarbeit, Führung und strategische Ausrichtung ausgezeichnet worden und hat 4.2 von 5 Sternen erhalten. Dies haben wir zu 100% als Zertifikat gewertet.

Finanzdienstleistungen (Versicherungen, Mitarbeitervorsorgekassen, Banken, etc.)

siehe Teil B1

Investitionen

Investitionsvolumen in TSD €	12,3
Höhe Investitionen in TSD €	12,3
Anteil angeführtes Investitionsvolumen*	100,00%
Anzahl überprüfter Lieferanten	2 von 2
überprüftes Volumen**	60,00%
zertifiziertes Volumen***	30,00%

*Die Investitionen betreffen zum größten Teil Hardware (41%) und Software (59%).

**wir haben bei 2 großen Lieferanten über Internetrecherche versucht, die Arbeitsbedingungen zu prüfen und haben beide jeweils zu 60% für fair befunden.

*** Unser Hardware-Lieferant hat unzählige Zertifikate auf seiner barrierefreien website veröffentlicht wie z.B. eine Employee Health und Safety Policy, eine Human Rights Policy, etc.
 (<https://www.lenovo.com/us/en/sustainability-resources>).

Unser Software-Lieferant verfügt über ähnliche Zertifikate die wir jeweils mit ca. 30% bewertet haben.

Bewertungsstufen

Einige wesentliche Lieferant*innen werden hinsichtlich der Arbeitsbedingungen geprüft und es werden Strategien bzw. Maßnahmen für Verbesserungen abgeleitet. Erste Ausschlusskriterien beim Einkauf werden eingehalten.

Da unsere wesentlichen Lieferant*innen Dienstleistungen von Subplaner* und Freien Mitarbeiter*innen sind, kennen wir deren Arbeitsbedingungen, da wir sie schon seit Jahren kennen und schätzen.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Unser Ziel ist es, unsere Lieferant*innen und deren Zulieferkette noch mehr zu hinterfragen und Produkte anzufragen, die mit der GWÖ Philosophie kompatibel sind.

Auch im Bereich der Ausführung unserer geplanten Projekte, die wir jedoch nur indirekt (durch Sensibilisierung der Bauherren bzw. des ausführenden Betriebes) beeinflussen können.

A1.1 - VERLETZUNG DER MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE

Die Beurteilung der Einhaltung der Menschenwürde über die gesamte Zulieferkette ist uns derzeit noch nicht möglich. Der Aufwand für die dazu notwendigen Nachforschungen ist enorm. Daher stützen wir unsere Einschätzung, wo immer es möglich ist, auf die von unseren Lieferanten vorgelegten Zertifizierungen oder persönliche Besuche. Doch selbst dann haben wir uns nur von der Einhaltung der Menschenwürde in den unmittelbar vor uns liegenden Stufen der Zulieferkette überzeugt und nicht bis ganz zum Ursprung.

Ziel der Gemeinwohlökonomie muss es sein, dass jedes Glied in der Zulieferkette seine unmittelbaren Vorlieferanten entsprechend evaluiert und dazu anhält die Menschenwürde einzuhalten. Dieser Aufgabe gehen wir mit großer Ernsthaftigkeit nach.

Daher geben wir uns hier keine Negativpunkte, auch wenn wir nicht mit 100% Sicherheit behaupten können, dass in der gesamten Zulieferkette unserer wesentlichen Lieferanten keinerlei Menschenrechtsverletzungen vorkommen.

A1 - Menschenwürde in der Zulieferkette	
erreichte Punktezahl A1	2
erreichte Punktezahl A1.1	0

A2 - SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

Unternehmen haben Mitverantwortung, entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten untereinander einzufordern sowie aktiv zu fördern. Jedes Unternehmen kann sich über die sozialen Risiken und mögliche Missstände in der Lieferkette informieren, seine Forderungen kommunizieren und entsprechende Kaufentscheidungen treffen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wir arbeiten hauptsächlich mit Lieferant*innen zusammen, die wir seit Jahren kennen und nehmen daher sehr bewusst direkten Einfluss auf unsere Zulieferkette und die Gestaltung eines fairen und solidarischen Umgangs miteinander.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Die Abläufe und Werte dieser Lieferant*innen sind uns weitestgehend bekannt, unsere eigenen geben wir in einem fairen Umgang miteinander bekannt. Ein fairer Umgang ist z.B. die schnelle Begleichung unserer Rechnungen gegenüber unserer Lieferant*innen, vor allem der Freien Mitarbeiter oder Subplaner.

Über unsere Dienstleister als Lieferant*innen hinaus haben wir geprüft, wie sich z.B. unsere größte Versicherung gegenüber ihren Mitarbeiter*innen und Kund*innen verhält. Diese beschreibt sich als Genossenschaft, die ihre Werte lebt:

„.....So leben wir genossenschaftliche Werte:

Die R+V ist Teil der Genossenschaftlichen FinanzGruppe. Damit steht sie wie keine andere Versicherung für genossenschaftliche Werte wie Solidarität, Partnerschaftlichkeit und Transparenz. Innerhalb der Gemeinschaft vernetzen wir uns untereinander, stehen füreinander ein und fördern uns gegenseitig.

Der von Empathie geprägte genossenschaftliche Grundgedanke wurde im Jahr 2017 sogar von der UNESCO zum immateriellen Weltkulturerbe erklärt. Für uns beschreibt er unsere grundsätzliche Haltung im Umgang mit unseren Kunden, Vertriebspartnern, aber auch unter den Mitarbeitern bei R+V....“

(www.ruv.de/ueber-uns/unternehmen/ruv-in-der-finanzgruppe-und-genossenschaft)



Kennzahlen

Roh- Hilfs- und Betriebsstoffe, Dienstleistungen

Einkaufsvolumen in TSD €	81,5
Einkauf Produkte & Dienstleistungen in TSD €	81,5
Anteil angeführter P & DL vom Einkaufsvolumen*	100,00%
Anzahl überprüfter Lieferanten	6 von 7
überprüftes Volumen**	2,70%
zertifiziertes Volumen***	0,00%

*siehe A1

**wir haben außer bei der Gebäudereinigung die Bedingungen überprüft (wir kennen die Menschen persönlich) und das Thema Fairness/Solidarität mit unserem Nachhaltigkeits- und Energieberater thematisiert und dies mit 10% bewertet.

***unser Stromlieferant hat ein Zertifikat für ein Faire Trainee-Programm und und Faire Ausbildung. Dies haben wir mit 20% bewertet.

Finanzdienstleistungen (Versicherungen, Mitarbeitervorsorgekassen, Banken, etc.)

siehe Teil B1

Investitionen

Investitionsvolumen in TSD €	12,3
Höhe Investitionen in TSD €	12,3
Anteil angeführtes Investitionsvolumen*	100,00%
Anzahl überprüfter Lieferanten	2 von 2
überprüftes Volumen	0,00%
zertifiziertes Volumen	50,00%

*siehe A1

**wir haben bei keinem der Lieferanten das Thema Fairness und Solidarität thematisiert.

*** Unser Hardware-Lieferant hat unzählige Zertifikate auf seiner barrierefreien website veröffentlicht wie z.B. eine Employee Health und Safety Policy, eine Human Rights Policy, etc. (<https://www.lenovo.com/us/en/sustainability-resources>).

Unser Software-Lieferant verfügt über ähnliche Zertifikate die wir jeweils mit ca. 50% bewertet haben.

Bewertungsstufen

Das Unternehmen verschafft sich erste Informationen zu Risiken und Missständen bzgl. Solidarität und Gerechtigkeit entlang der Zulieferkette. Einige eingekaufte Produkte und Rohwaren tragen ein Label, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt. Wir arbeiten hauptsächlich mit Lieferant*innen zusammen, die wir seit Jahren kennen und haben wir erste Informationen zu Risiken und Missständen bzgl. Solidarität und Gerechtigkeit entlang der Zulieferkette.

Diese Dienstleistungen haben kein Label.

Zertifizierungen finden sich vor allem bei unseren Lieferant*innen, die größer und teilweise weltweit aufgestellt sind, wie z.B. Versicherungen oder Software-Lizenzanbieter.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Derzeit ist unser Anteil an Produkten mit Label noch ausbaufähig, vor allem in Hinsicht auf unserer Dienstleister*innen.

Unser Ziel ist es weiterhin für diesen Bereich im Alltag zu sensibilisieren, das Thema Fairness und Solidarität zu thematisieren und dadurch Einfluss zu nehmen.

A2.1 - AUSNUTZUNG DER MARKTMACHT GEGENÜBER LIEFERANT*INNEN

Die Beurteilung der Einhaltung der Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette über die gesamte Zulieferkette ist uns derzeit noch nicht möglich.

Wir nutzen unsere Marktmacht gegenüber unseren Lieferanten nicht aus, da die Zusammenarbeit meist auf eine lange und vertrauensvolle Basis zurückgreift. Uns ist es auch aufgrund unserer Größe und des nicht Vorhandenseins einer „Einkaufsabteilung“ gar nicht möglich, eine Macht auszuüben. Es gibt auch gar keinen Anreiz, wie z.B. einen Bonus, wenn besonders günstig eingekauft wird.

A2 - Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	
erreichte Punktezahl A2	1
erreichte Punktezahl A2.1	0

A3 - ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

Jedes Unternehmen ist mit Umweltauswirkungen in der Zulieferkette konfrontiert und kauft diese mit den bezogenen Rohwaren, Produkten und Dienstleistungen mit ein. Unternehmen sind daher für die ökologische Nachhaltigkeit in ihrer Zulieferkette mitverantwortlich. Das Ziel ist es, zur Reduktion der Umweltauswirkungen in der gesamten Zulieferkette beizutragen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Die größten Lieferant*innen bieten hauptsächlich Dienstleistungen an (siehe Beschreibung A1) von denen keinerlei oder nur sehr geringe Umweltrisiken ausgehen.

Die Mehrzahl unserer Dienstleister hat ihren Sitz in Stuttgart.

Grundsätzlich sehen wir Menschenwürde, Solidarität, Gerechtigkeit und die Ökologische Nachhaltigkeit eng miteinander verflochten. Nach diesen gemeinsamen Parametern wählen wir Partner*innen der Zusammenarbeit aus.

Wir versuchen unsere Bürogeräte effizient zu nutzen (erst wenn sie nicht mehr repariert werden können, werden neue Geräte angeschafft)

Wir machen auch keine Handyverträge mit Leasinggeräten mehr, sondern kaufen unsere Endgeräte und nutzen sie, bis sie nicht mehr reparabel sind.

Vor geraumer Zeit haben wir in Hardware investiert, um Besprechungen mit Bauherren digital am Monitor abhalten zu können und so den Verbrauch an Papier und somit Anlieferungen zu reduzieren.

Kennzahlen

Roh- Hilfs- und Betriebsstoffe, Dienstleistungen

Einkaufsvolumen in TSD €	81,5
Einkauf Produkte & Dienstleistungen in TSD €	81,5
Anteil angeführter P & DL vom Einkaufsvolumen*	100,00%
Anzahl überprüfter Lieferanten	6 von 7
überprüftes Volumen**	67,40%
zertifiziertes Volumen***	1,05%

*siehe A1

**wir haben außer bei der Gebäudereinigung die Bedingungen überprüft (wir kennen die Menschen persönlich) und das Thema ökologisch hochwertiger Dienstleistung mit 80% bewertet. Unseren Stromlieferanten haben wir nach Internetrecherche mit 30% bewertet.

***unser Stromlieferant hat 2018 den Hessischen Staatspreis für innovative Energielösungen im Bereich Sektorkopplung erhalten und ist durch die BSI Group mit dem Eco Management und Audit Scheme (EMAS) zertifiziert worden, das einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen, die aktive Umsetzung der Energiewende durch den Ausbau intelligenter Netze oder Kooperationen mit regionalen Umweltorganisationen wie dem NABU beinhaltet. Dies haben wir mit 50% bewertet.



Finanzdienstleistungen (Versicherungen, Mitarbeitervorsorgekassen, Banken, etc.)

siehe Teil B1

Investitionen

Investitionsvolumen in TSD €	12,3
Höhe Investitionen in TSD €	12,3
Anteil angeführtes Investitionsvolumen*	100,00%
Anzahl überprüfter Lieferanten	2 von 2
überprüftes Volumen**	50,00%
zertifiziertes Volumen	40,00%

*siehe A1

**wir haben bei beiden Lieferanten per Internetrecherche versucht, die Bedingungen zu prüfen und zu 80% für ein ökologisch hochwertiges Produkt befunden.

*** Unser Hardware-Lieferant hat unzählige Zertifikate auf seiner barrierefreien website veröffentlicht wie z.B. 2018 den Global der 100 nachhaltigsten Unternehmen erhalten

(<https://www.lenovo.com/us/en/sustainability-resources>).

Dies haben wir mit 80% bewertet haben.

Bewertungsstufen

Erste Maßnahmen zur Reduktion ökologischer Risiken/Auswirkungen zugekaufter Produkte/Dienstleistungen werden umgesetzt, und es erfolgt eine Auseinandersetzung mit der Reduktion des Verbrauchs umweltschädlicher Produkte.



Wir achten bei unseren Lieferant*innen darauf, dass sie aus der Region kommen und keine langen Anfahrtswege in Kauf nehmen müssen.

Die größten Lieferant*innen bieten hauptsächlich Dienstleistungen an von denen keinerlei oder nur sehr geringe Umweltrisiken ausgehen.

Die Mehrzahl unserer Dienstleister hat ihren Sitz in Stuttgart.

Ein Teil unserer Lieferant*innen haben sich bereits zertifizieren lassen, z.B. hat unsere Versicherungen eine Nachhaltigkeitsstrategie die sich an deren genossenschaftlichen Philosophie orientiert und sich dabei auf sechs Themenfelder konzentriert:

Unternehmensführung, Produkte & Dienstleistungen, Kunden, Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft.

Zu jedem dieser sechs Aspekte hat der Versicherer gezielt Projekte umgesetzt, die die nachhaltige Entwicklung weiter vorantreiben. Ob Energieeffizienz in den eigenen Gebäuden, nachhaltige Versicherungsprodukte, ethische Richtlinien für die Kapitalanlage oder unser soziales Engagement. Zu jedem dieser sechs Aspekte findet man auf deren Nachhaltigkeitsseiten und in deren Nachhaltigkeitsbericht alle wichtigen Informationen.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Wir sollten zusätzlich darauf achten, ökologisch und fair produziertes Büromaterial einzusetzen und mehr in Kreisläufen zu denken, altes wiederverwenden (cradle to cradle). Der Druck von Plänen und Unterlagen sollte noch mehr reduziert werden, um Lieferungen von z.B. Papier einzusparen.

Des Weiteren wäre ein Ansatz der Wechsel zu Ökostrom.

A3.1 - UNVERHÄLTNISSMÄßIG HOHE UMWELTAUSWIRKUNGEN IN DER ZULIEFERKETTE

Die Beurteilung dass bei uns keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen über die gesamte Zulieferkette ist uns derzeit noch nicht möglich. Der Aufwand für die dazu notwendigen Nachforschungen ist enorm. Daher stützen wir unsere Einschätzung, wo immer es möglich ist, auf die von unseren Lieferanten vorgelegten Zertifizierungen oder persönliche Besuche. Doch selbst dann haben wir uns nur von der Situation in den unmittelbar vor uns liegenden Stufen der Zulieferkette überzeugt und nicht bis ganz zum Ursprung. Ziel der Gemeinwohlökonomie muss es sein, dass jedes Glied in der Zulieferkette seine unmittelbaren Vorlieferanten entsprechend evaluiert und dazu anhält die entsprechenden Kriterien einzuhalten. Dieser Aufgabe gehen wir mit großer Ernsthaftigkeit nach. Daher geben wir uns hier keine Negativpunkte, auch wenn wir nicht mit 100% Sicherheit behaupten können, dass in der gesamten Zulieferkette unserer wesentlichen Lieferanten keinerlei Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen, vorkommen.

A3 – Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	
erreichte Punktezahl A3	2
erreichte Punktezahl A3.1	0

A4 - TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG IN DER ZULIEFERKETTE

Unternehmen haben die Mitverantwortung, entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten untereinander einzufordern und aktiv zu unterstützen. Jedes Unternehmen kann sich über entsprechende Risiken und mögliche Missstände in der Zulieferkette informieren, Forderungen kommunizieren und Kaufentscheidungen treffen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Unsere größten Lieferant*innen sind regional verankert und wir kennen viele Mitarbeiter persönlich, daher können wir zumindest erkennen, dass Transparenz und Mitbestimmung bei unseren Lieferanten selbst in angemessenem Ausmaß vorhanden ist. Im Gespräch mit unseren Dienstleister*innen und deren Mitarbeiter*innen und deren Agieren vor allem in der Angebotsfindung läßt erkennen, dass Mitbestimmung möglich ist und nicht immer eine Hierarchie eingehalten werden muß. Wir arbeiten auch mit vielen Einzelpersonen zusammen und deren Transparenz uns gegenüber ist vollständig erkennbar.

Die Zusammenarbeit im Projekt wird meist schon zu Beginn des Projektes kommuniziert, damit unser Lieferant*innen im Voraus ihre Kapazität und ihr Einkommen planen können. Die Preisfindung mit unseren Dienstleister*innen erfolgt transparent, wir holen meist vor Angebotsabgabe deren Angebot ein, um es im Gesamten weiter geben zu können.

Andere Dienstleister*innen haben wir in Teilen versucht zu überprüfen und in Veröffentlichungen gute Ansätze gefunden:

„N.N. folgt dem Ideal der Integrität. Diese von Unabhängigkeit, Gemeinschaftsgeist und Gemeinwohl geprägte Kultur ist auch heute noch der Grundsatz unseres Handelns als international agierendes Familienunternehmen. Dabei ist Fairness unser Leitbild für Partnerschaft und Dialog.“

Als „Makler ohne Furcht und Tadel“ stellen wir uns ganz in den Dienst unserer Kunden. Ermöglichen eine ergebnisoffene Beratung und transparente Abwicklung. Und verteidigen deren Interessen mit höchstem persönlichem Einsatz. Die Werte Aufmerksamkeit, Respekt, Transparenz, Unternehmertum und Sicherheit bilden hierfür ein festes Fundament und geben uns Orientierung.“

Kennzahlen

Roh- Hilfs- und Betriebsstoffe, Dienstleistungen

Einkaufsvolumen in TSD €	120,8
Einkauf Produkte & Dienstleistungen in TSD €	81,5



Anteil angeführter P & DL vom Einkaufsvolumen	67,47%
Anzahl überprüfter Lieferanten	7 von 7
überprüftes Volumen	40,60%
zertifiziertes Volumen	0,00%

Finanzdienstleistungen (Versicherungen, Mitarbeitervorsorgekassen, Banken, etc.)

Gesamt Zinsen, Prämien in TSD €	24,9
Einkauf Finanzdienstleistung in TSD €	21,9
Anteil angeführter Findienstl. v. Zinsen u Prämien	87,95%
Anzahl überprüfter Finanzdienstleister	1 von 1
überprüftes Volumen	14,40%
zertifiziertes Volumen	0,00%

Investitionen

Investitionsvolumen in TSD €	12,3
Höhe Investitionen in TSD €	12,3
Anteil angeführtes Investitionsvolumen	100,00%
Anzahl überprüfter Lieferanten	2 von 2
überprüftes Volumen	20,00%
zertifiziertes Volumen	0,00%

Bewertungsstufen

Das Unternehmen verschafft sich erste Informationen zu Risiken und Missständen bzgl. Transparenz und Mitentscheidung entlang der Zulieferkette. Einige eingekaufte Produkte und Rohwaren tragen ein Label, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt.



Da unsere Lieferant*innen regional verankert sind und wir viele Mitarbeiter persönlich kennen, können wir jedoch zumindest erkennen, dass Transparenz und Mitbestimmung bei unseren Lieferanten selbst in angemessenem Ausmaß vorhanden ist. Labels, welche Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigen können wir in der Dienstleistung nicht erkennen,

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Wir sollten noch transparenter an unsere Lieferant*innen heran gehen, vor allem das Thema Mitentscheidung und Transparenz noch aktiver in Gesprächen thematisieren, um es in allen Köpfen klarer ankommen zu lassen.

A4 – Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	
erreichte Punktezahl A4	2
erreichte Punktezahl A4.1	0

B - EIGENTÜMER*INNEN UND FINANZPARTNER*INNEN

B1 - ETHISCHE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

Eine werte- und gemeinwohlorientierte Haltung versteht Geld nicht als Hauptziel, sondern nur als Mittel des Zahlungsverkehrs. Wichtig im Umgang mit Geld ist die Achtung der Menschenwürde vor finanziellen Interessen. Hohe Ausstattung mit Eigenmitteln bedeutet finanzielle Unabhängigkeit und schützt das Unternehmen vor unerwünschten externen Einflüssen. Jede Kreditaufnahme ist ein Versprechen auf eine Steigerung der Wertschöpfung, um Zinsen und Rückzahlung leisten zu können. Fremdmittel sollten aus solidarischen Quellen oder von Ethikbanken stammen.

Haltung des Unternehmens zum Thema



Wie wird das Thema aktuell gelebt



Eine ausreichende Ausstattung mit Eigenmitteln ist die Grundlage für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung und somit den Erhalt der Arbeitsplätze. Dies erfordert einen sorgsamem Umgang mit dem erwirtschafteten Geld in Bezug auf Anschaffungen und Rücklagen, aber auch in Bezug auf die von den beiden Unternehmer*innen getätigten Entnahmen.

Unsere Eigenmittel resultieren vor allem aus nicht entnommenen Gewinnen. Es werden die Geschäftsführerlöhne und seit ca. 3 Jahren Tantieme entnommen, der andere Teil verbleibt im Unternehmen.

Es war bisher nicht notwendig durch eine konventionelle Bank zu finanzieren. Unseren ersten und bereits getilgten Kredit haben wir von dem Planungsbüro erhalten, aus dem wir die Mitarbeitenden übernommen haben. Zwischenfinanzierungen zur Überbrückung kurzer Engpässe haben wir aus privaten Mitteln genommen.

Derzeit können wir alle notwendigen Investitionen aus Eigenmitteln finanzieren, daher nehmen wir derzeit keine konventionellen Kredite in Anspruch.

Wir bemühen uns um eine beständige Erhöhung des Eigenkapitalanteils.

Trotzdem haben wir unseren Finanzpartner, die BW Bank auf ihre nachhaltige Ausrichtung überprüft.

Nach unserer Recherche werden verschiedenste nachhaltige Produkte angeboten.

Es liegt auch ein Nachhaltigkeitsbericht vor:

https://www.bw-bank.de/content/dam/myif/bwbank/work/dokumente/pdf/vermoegensmanagement/nachhaltige-anlagen/Broschuere_BW_Nachhaltigkeit.pdf?stref=imagetextbox

Versicherung

Gesamt Prämien in TSD €	21,9
Einkauf Versicherungen in TSD €	21,9
Anteil angeführter Prämien	100,00%
Anzahl überprüfter Finanzdienstleister	1 von 1
überprüftes Volumen*	100,00%
zertifiziertes Volumen**	100,00%

*wir haben versucht per Internetrecherche die Arbeitsbedingungen zu überprüfen und haben diese zu 100% für fair befunden.

**unser Berufshaftpflichtversicherer gibt an, folgende Zertifikate zu haben: Audit zu Beruf und Familie, Charta der Vielfalt, fair company 2019 für Praktikanten, InnoWard, Top Arbeitgeber, top4women und attraktiver Arbeitgeber für Schüler. Dies haben wir zu 100% als Zertifikat gewertet.

Kennzahlen

Eigenkapital	2018	Anteil	2019	Anteil
Anteil Eigenkapital		29%		37%
Durchschnittliches EK der Branche		27%		27%

Fremdkapital	2018	Anteil	2019	Anteil
Fremdfinanzierung konventionell	5	1,2%	0	0,1%
Fremdfinanzierung ethisch	0	0,0%	0	0,0%
Fremdfinanzierung bei Berührungsgruppen	0	0,0%	0	0,0%
Verbindlichkeiten Lieferanten	13	3,1%	8	1,8%
Sonstige Positionen des Fremdkapitals	389	95,7%	444	98,1%
Summe Fremdkapital	407	100,0%	452	100,0%

Bewertungsstufen

Der Eigenkapitalanteil erreicht branchenübliche Höhe, bzw. überschreitet diesen seit 2019. Das kontinuierliche Umsetzen der solidarischen Finanzierung über Berührungsgruppen und/oder durch Kredit von einer Ethikbank und Ablöse konventioneller Kredite ist nicht notwendig. Dennoch hat unser*e Finanzpartner*innen eine breite Palette ethisch-nachhaltiger Finanzprodukte erreicht, ist regional engagiert und nicht in kritische Projekte involviert.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Unser hohes Eigenkapital verschafft uns einen großen Rückhalt.

Es ist unser Ziel, dass wir uns mit ethischen Veranlagungen auseinandersetzen, um eventuell freie liquide Mittel im Sinne einer nachhaltigen Veranlagung zu verwenden.

Damit könnten wir andere Unternehmen, welche ebenfalls ethisch und ökologisch sinnvolle Projekte umsetzen wollen, unterstützen.

Eine mögliche Herangehensweise wäre über die Plattform www.cleanvest.org, die das Ziel eines transparenten und nachhaltigen Finanzmarktes verfolgt.

B1 – Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	
erreichte Punktezahl B1	3
erreichte Punktezahl B1.1	0

B2 - SOZIALE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

Ein zentrales Ziel ist das Erreichen von Fairness gegenüber allen Berührungsgruppen. Die Ausgaben des Unternehmens werden dabei zu „Einkommen“ der Lieferant*innen, Mitarbeitenden und der Gesellschaft. Bei der Verwendung des verbleibenden Mittelüberschusses stehen der Einsatz für das Weiterbestehen und die Weiterentwicklung des Unternehmens und die Bildung notwendiger Risikorücklagen im Vordergrund. Eine Ausschüttung von Kapitalertrag sollte erst nach ausreichender Zukunftsvorsorge erfolgen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Das von uns erwirtschaftete Geld wird größtenteils in der Region ausgegeben und damit werden auch regionale Kreisläufe, Unternehmen und Arbeitsplätze gestärkt.

Nötige Zukunftsausgaben sind vor allem im Bereich der EDV-Hardware und Software und in Fortbildung/Schulungen im Allgemeinen, aber vor allem zum Thema Building Information Modeling (BIM) erforderlich.

Eine weitere und ständig notwendige Zukunftsausgabe fließt in unsere Öffentlichkeitsarbeit, der Aktualisierung unserer Website, dem Marketing zur weiteren Kund*innengewinnung und der Kommunikation in die Öffentlichkeit.

Diese Investitionen können aus den laufenden Gewinnen erfolgen.
 Auch die notwendige Risikovorsorge ist gedeckt.

Der komplette Ertrag verbleibt als Rücklage im Unternehmen um eventuelle Schwankungen im Auftragsvolumen zu kompensieren.

Kapitalerträge im engeren Sinne, also wesentliche Zinserträge oder sonstige Erträge aus arbeitslosem Einkommen sind nicht vorhanden, da wir bisher keine Veranlagungen tätigen.

Kennzahlen

	Summe	2018	2019	
Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit	165	47	118	TSD €
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (inkl. geplant)	196	40	118	TSD €
getätigte/r strategischer Aufwand/ Ausgaben	17	7	9	TSD €
Anlagenzugänge	28	18	10	TSD €
Zuführung zu Rücklagen	113	15	99	TSD €
Darlehen an Gesellschafter		0	10	TSD €
Darlehen in % des Stamm- oder Grundkapitals		0%	37%	%

Bewertungsstufen

Beschränkte Ausschüttung von Kapitalerträgen ohne dafür einzugehende Neuverschuldung erst nach mind. 80 % Deckung des aktualisierten Bedarfs an Zukunftsausgaben



Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Wenn es uns wirtschaftlich möglich ist, möchten wir zukünftig mehr in den Bereich der Schulung und Fortbildung unserer Mitarbeiter investieren und Fortbildungen oder Angebote auch über die innerbetrieblich notwendigen Anwendungsgebiete hinaus, wie z.B. Gesundheit und Ernährung anbieten.

B2.1 - UNFAIRE VERTEILUNG VON GELDMITTELN

Wir bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt.

B2 – Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	
erreichte Punktezahl B2	6
erreichte Punktezahl B2.1	0

B3 - SOZIAL-ÖKOLOGISCHE INVESTITIONEN UND MITTELVERWENDUNG

Die Transformation zu einer ökologisch nachhaltigen Gesellschaft verlangt die Berücksichtigung ökologischer Aspekte bei allen Investitionen, insbesondere die gezielte Umlenkung von Finanzflüssen zu ökologisch stark wirksamen Investitionen. Ebenso können Veranlagungen direkt in sozial-ökologische Projekte oder über Finanzdienstleister*innen erfolgen. Oft gehen die Wirkungen in beide Richtungen, sowohl sozial als auch ökologisch, daher können sie gemeinsam betrachtet werden.

Haltung des Unternehmens zum Thema



Bisher ziehen wir als Unternehmen keine bewußten sozial-ökologischen Folgewirkungen bei unseren Finanzinvestitionen und Veranlagungen in Betracht und haben uns dahingehend auch noch nicht damit beschäftigt.

Wie wird das Thema aktuell gelebt



Die Investition in ein Elektroauto hätte derzeit ökologisches Verbesserungspotenzial – leider ist die Herstellung und Entsorgung der Batterien derzeit noch nicht ökologisch gelöst. Weiteres ökologisches Potenzial steckt in einer unserer größeren Anlage, der Hardware. Sowohl was den Verbrauch anbelangt (Energistandard), als auch damit verbunden die Möglichkeit, von zu Hause zu arbeiten und Wege zum Arbeitsplatz zu reduzieren. Für diese Investitionen wären derzeit keine zusätzlichen Mittel notwendig und wir haben derzeit aufgrund unserer Liquidität auch keinen Zugriff auf Fördermittel. Bereits in den Jahren 2018 und 2019 wurde in Software, Hardware mit verbessertem Energistandard und E-Mobilität (e-bike) investiert. Dennoch wird die Investition in Hardware nur bei absoluter Notwendigkeit getätigt, da die Entsorgung der derzeit genutzten und noch einwandfrei funktionierenden Hardware als kritisch angesehen wird. Unser Unternehmen beteiligt sich bisher nicht an Finanzierungsformen sozial ökologischer Projekte.

durchgeführte und geplante Investitionen und Sanierungsmaßnahmen im Berichtszeitraum (Gebäude, Anlagen und Maschinen, etc.)	Investitions- volumen in TSD €	reine Sanierung in TSD €	Umsetzung im Berichts- zeitraum (in %)	reine Investition in TSD €	Umset- zung im Berichts- zeitraum (in %)
EDV Software	7	7	100%	0	
Lizenzen	25	25	100%	0	
PKW	0	0	0%	0	
Fahrrad ebike	2	0	0%	2	100%
Betriebsausstattung	0	0	0%	0	
Geschäftsausstattung	14	14	50%	0	
geringfügige Wirtschaftsgüter	0	0	0%	0	
Gesamt	49	46	7%	3	5%

* die Geschäftsausstattung wurde unter Sanierung zu 50% als ökologische Investition gewertet, da neue Hardware mit geringerem Stromverbrauch. Unter Neuinvestition wurde das e-bike zu 100% als sozial-ökologisch betrachtet.

Kennzahlen

	in TSD €	%
Investitionssumme inkl. ökologischer Sanierungsbedarf	49	100%
Realisierung der ökologischen Investitionen	6	12%
Finanzierte sozial-ökologische Projekte	0	0%
konventionelle Fondsveranlagungen	0	0%

Bewertungsstufen

Für das bestehende Anlagevermögen wurden Sanierungsbedarf und durch Erneuerungsinvestitionen, wie z.B. bessere Energiestandards in der Hardware erreichbare Verbesserungspotenziale ermittelt, der Investitionsbedarf abgeschätzt und teilweise eine Veranlagung in ethisch-nachhaltige/sozial-ökologische Projekte wie z.B. ein Büro e-bike vorgenommen.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Ökologisches Verbesserungspotenzial sehen wir bei der Anschaffung von Hardware (mit Energiestandard) für alle Mitarbeitenden, die uns die Möglichkeit gibt, mehr im Home Office zu arbeiten und Wege zum Arbeitsplatz zu reduzieren.

B3.1 - ABHÄNGIGKEIT VON ÖKOLOGISCH BEDENKLICHEN RESSOURCEN

Wir bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut (Dienstleistung) oder dass zumindest eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird.

B3 - Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	
erreichte Punktezahl B3	1
erreichte Punktezahl B3.1	0

B4 - EIGENTUM UND MITENTSCHEIDUNG

Ein Unternehmen lebt vom gemeinsam getragenen Sinn der unternehmerischen Tätigkeit, dem daraus entwickelten gemeinsamen Zukunftsbild und guter Zusammenarbeit. Dies gelingt vor allem durch gemeinsames Entscheiden, Mitgestalten und damit Mitverantworten – am besten durch Mitunternehmerschaft. Dieses Ziel kann durch eine passende Rechtsform unterstützt werden, die das Übernehmen oder Übertragen von Eigentumsanteilen im Sinne echter Mitunternehmerschaft erleichtert.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Durch die Größe und die Inhaber*innen geführte flache Hierarchie leben wir Gemeinschaft im Unternehmen. Den Sinn und die Strategie für unser Unternehmen entwickeln wir gemeinsam und stellen uns der Verantwortung, das auch in die Zukunft zu tragen.



Wie wird das Thema aktuell gelebt

Wir sind in unserem Architekturbüro zwei gleichberechtigte Partner*innen mit gleichen Stammkapitalanteilen, aus dieser Verteilung ergibt sich auch die Gewichtung der Mitentscheidung.

Alle Entscheidungen werden im Dialog gemeinsam getroffen und getragen.

In regelmäßigen Gesellschaftersitzungen setzen wir uns mit unserer unternehmerischen Tätigkeit auseinander und entwickeln gemeinsame Zukunftsbilder und Visionen.

Die daraus resultierenden Rechte, Pflichten und vor allem in unserer Branche hohen Haftungen sind im gemeinsam schriftlich verfassten Gesellschaftsvertrag erfasst.

Die Erweiterung der Eigentümer*innen auf 3 Personen hatten wir bereits vor Jahren in Planung. Die Umsetzung scheiterte an der Tatsache, dass 3 Personen oft zu Entscheidungen kommen, die eine*n Eigentümer*innen nicht mit einbeziehen, das berühmte „3.Rad am Wagen“, woraufhin wir von dem Vorhaben wieder Abstand genommen haben.

Wir planen derzeit aufgrund unserer Größe keine Erweiterung in der Eigentümerstruktur. Dies wäre sicherlich sinnvoll, wenn wir unser Büro vergrößern wollten, was derzeit nicht unsere Strategie ist.

Veränderungen versuchen wir in regelmäßigen Strategiebesprechungen zu erkennen und vorausschauend abzusichern, wie z.B. die Tatsache, dass ein Teil der Eigentümer*innen in absehbarer Zeit in Ruhestand gehen wird.



Kennzahlen

Anzahl tatsächl. Eigentümer	Potentielle Eigentümer	Kapitalanteil in %
2	Unternehmer*innen	100 %
	GESAMT	100 %



Bewertungsstufen

Konkrete Konzepte zur Mitentscheidung und möglichen geeigneten Rechtsformen für Eigentumsübertragung und Haftungsregelung wurden erarbeitet.



Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Wenn wir strategisch weiter wachsen sollten, wäre eine Erweiterung der Eigentümerschaft sicherlich ein interessanter und gangbarer Weg. Die dafür notwendige Rechtsform wäre vorhanden.

B4.1 - FEINDLICHE ÜBERNAHME

Wir bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

B4 - Eigentum und Mitentscheidung	
erreichte Punktezahl B4	1
erreichte Punktezahl B4.1	0

C - MITARBEITENDE

C1 - MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ

Gelebte Menschenwürde zeigt sich in einer mitarbeitenden orientierten Unternehmenskultur, die auf Respekt, Wertschätzung und Vertrauen aufbaut. Vielfalt in der Belegschaft wird als Chance gesehen und genutzt. Es wird ein gesundheitsförderndes Arbeitsumfeld geschaffen. Der Mensch steht im Mittelpunkt und wird nicht als Produktionsfaktor gesehen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Die SFP Architekten leben eine respektvolle und offene Unternehmenskultur und Kommunikation. Durch die flache Hierarchie im Unternehmen, versuchen wir unsere Mitarbeitenden nach ihren persönlichen Stärken einzusetzen und sie möglichst selbstständig sowohl persönlich, als auch beruflich entwickeln zu lassen.

Das merkt man vor allem daran, dass Themen regelmäßig offen und direkt an- und ausgesprochen werden. In unserer Struktur gibt es keine zusätzliche Projektleiterebene, die filtert oder anders interpretiert, unsere Mitarbeitenden stehen täglich in direkten Kontakt zur Geschäftsführung, wir bearbeiten Projekte teilweise im Team mit und können so direkt verstehen, wohin und wie sich jemand entwickelt.

Unsere Mitarbeitenden haben, soweit möglich, Klarheit über ihre Aufgaben und Verantwortlichkeiten. Ein hoher Grad an Eigenverantwortung wird gelebt, das heißt, sie können möglichst viel selbstständig entscheiden und im Projekt mitgestalten. Bereits in der Angebotsphase werden die vorgesehenen Mitarbeitenden in die Inhalte der Aufgabe und der Angebotserstellung mit eingebunden, um im laufenden Projekt die wirtschaftlichen Aspekte mit zu tragen und verstehen.

Wir leben Diversität und beschäftigen Mitarbeitende, Werkstudenten und Praktikanten mit unterschiedlichen Staatsangehörigkeiten und sehen darin eine Chance, uns weiter zu entwickeln.

2 unserer ständigen Mitarbeitenden leben mit einer Krankheitsgeschichte. Der Umgang damit hat das Miteinander unter den Kolleg*innen verändert, es wird Rücksicht genommen, die Herausforderung wird in den Alltag integriert und ein Mehr an Krankheitstagen gemeinsam getragen.

Wir geben unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich nach eigenem Interesse fachlich fort zu bilden und unterstützen dies durch 3 zusätzliche freie Tagen und einem monetären Zuschuß.

Erklärend muß man ergänzen, dass Architekten die Möglichkeit haben, in die Architektenkammer einzutreten. Wenn sie zusätzlich die Möglichkeit eines berufsständischen Versorgungswerkes in Anspruch nehmen wollen, ist der Eintritt in die Kammer Voraussetzung.

Wie auch andere freie Berufe üben die Mitglieder einer Architektenkammer Berufe aus, bei denen höchste Qualifikation und Wissen erwartet wird. Daher ist lebenslanges Lernen in



einer sich technisch rasant entwickelnden Gesellschaft eine Selbstverständlichkeit. Auch die kontinuierlichen gesellschaftlichen Veränderungen in Zeiten der Globalisierung zwingen alle qualifizierten Berufsstände zur ständigen Fortbildung.

Der Gesetzgeber überlässt es den Angehörigen des Berufsstandes selbst, die Erfüllung der Fort- und Weiterbildungspflicht zu überprüfen und hat diese Aufgabe der Architektenkammer übertragen. Der Zeitaufwand für die Fort- und Weiterbildung muss angemessen sein und darf im Jahresdurchschnitt 20 Stunden nicht unterschreiten.

Diese 20h Fortbildung unterstützen wir mit zusätzlichen freien Tagen.

Bis vor 2 Jahren haben wir unseren Mitarbeitenden angeboten, einmal wöchentlich am Yoga teil zu nehmen. Leider haben wir dieses Bewegungsangebot nach einiger Zeit wegen fehlender Resonanz wieder eingestellt. Weitere Möglichkeiten, sportliche Aktivitäten zu unterstützen, z.B. die Monatsbeiträge für ein Fitnessstudio zu bezahlen, wären ein Ziel.

Wir versuchen mehr Bewegung in den Alltag zu integrieren, Wege ins Büro, bzw. zu Besprechungen werden teilweise zu Fuß/ÖPNV oder per Rad durchgeführt.

In der Mittagspause werden teilweise kleine Spaziergänge gemacht.

Die Geschäftsführung ist sensibilisiert für das Thema Gesundheit am Arbeitsplatz, unsere Mitarbeitende werden regelmäßig nach ihrer Meinung zur Gestaltung ihrer Arbeitsumgebung gefragt.

Für uns ist es auch selbstverständlich, die Arbeitszeit von Mitarbeitenden, die entweder selbst erkrankt sind oder eine Pflegeleistung übernehmen flexibel anzupassen.

Home Office, Quarantäne, Betreuung Kinder

Kennzahlen:

Übersicht Indikatoren		2019
1	Anzahl Mitarbeiter*innen	17
	davon Vollzeit	5
	davon Teilzeit	12
2	Vollzeitäquivalente	12,61
	verfügbare Arbeitszeit Gesamt	19.771
3	Durchschn. Betriebszugehörigkeit	8,1
4	Krankenstände	77,5
	bis 30 Jahre	13
	30 bis 50 Jahre	38,5
	über 50 Jahre	26
6	Anzahl Arbeitsunfälle	0
	davon leicht	0
	davon mittelschwer	0
	davon schwer	0
7	Diversität	

	inländische Staatsbürger*innen	15
	aus anderen Ländern	2
	mit Beeinträchtigung	2
	bis 30 Jahre	2
	30 bis 50 Jahre	7
	über 50 Jahre	8
	männlich	9
	weiblich	8
	intersexuell	0
8	Karenzmonate	
	davon Männer	0
	davon Frauen	0
	davon Intersexuelle	0
9	Fluktuationsraten	
	Neueintritte	0
	Austritte	1
	Austritte Führungskräfte	0
	Fluktuationsrate Gesamt	5,88%
	Fluktuationsrate Führungskräfte	0,00%

	Kennzahlen Gesundheit und Diversität DURCHSCHNITT 2019 - 2020	Ø Anz. Std. je Kurs	Ø Anz. Tn mit Führungs- aufgabe	Ø Anz. Tn ohne Führungs- aufgabe	Ø Std. mit Führungs- aufgabe	Ø Std. ohne Führungs- aufgabe	Ø be- such- te Std.
1	Bildungsangebote Gesundheit und Diversität	0	0	0	0	0	0
2	Fachliche Aus- und Weiterbildung	92	7	12	44	128	172
3	Gesamt	92	7	12	44	128	172
5	Durchschnittlich pro Teilnehmer*in				6,3	10,7	9,1
6	Durchschnittlich pro Mitarbeiter*in (VZÄ) gesamt						13,9

Bewertungsstufen

Erste Maßnahmen zur Verbesserung bzw. Förderung einer mitarbeitenden orientierten Unternehmenskultur, der Gesundheit am Arbeitsplatz bzw. Förderung von Diversität sehen wir aufgrund o.g. Maßnahmen im Büro umgesetzt.



Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Die Maßnahmen zur Verbesserung der Gesundheit am Arbeitsplatz sollten vor allem bei der vielen sitzenden Tätigkeit der Mitarbeitenden noch flächendeckender umgesetzt werden, z.B. alle bekommen höhenverstellbare Tische, o.ä.

Zusätzlich wollen wir das Thema Arbeitsschutz am Arbeitsplatz (v.a. auf der Baustelle) besser kommunizieren und aufstellen.

C1.1 - MENSCHENUNWÜRDIGE ARBEITSBEDINGUNGEN

Wir bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

C1 - Menschenwürde am Arbeitsplatz	
erreichte Punktezahl C1	3
erreichte Punktezahl C1.1	0

C2 - AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE

Arbeitsverträge regeln die Zusammenarbeit zwischen Organisation und Mitarbeitenden. Die Ausgestaltung und Zuweisung von Ressourcen wie Verdienst, Zeit, Sicherheit oder Balance hat einen erheblichen Einfluss auf die Leistungsbereitschaft, das Sicherheitsempfinden und das Wohlergehen der Mitarbeitenden. Die individuelle Ausgestaltung der Arbeitsverträge bei gleichzeitiger und weitgehender Selbstbestimmung der Mitarbeitenden ist erklärtes Ziel.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Das Verhältnis zu allen unseren Mitarbeitenden ist über Arbeitsverträge geregelt, die vor Beginn der Tätigkeit in unserem Büro gemeinsam verhandelt und besprochen wurden. Alle Inhalte sind klar und deutlich formuliert und erklärt.

Grundlage für die Gehaltstruktur bei SFP bildet das Merkblatt der Architektenkammer BaWü (AKBW) "Unverbindliche Gehaltstarifempfehlungen für Angestellte und technische Mitarbeiter/innen in Architektur- und Planungsbüros".

Aktuell ist der Stand vom 01.01.2020 gültig, dieser wird jährlich in Mitarbeitendengesprächen angepasst.

Die Gehaltsgruppen bei SFP werden analog den Festlegungen im Merkblatt der AKBW definiert.

Entsprechend dem Geltungsbereich des Merkblatts ist Stuttgart in Ortsgruppe 2 eingestuft, d.h. das Merkblatt beachtet bereits die höheren Lebenshaltungskosten in Städten.

Der Mindestverdienst für Praktikant*innen und Werkstudent*innen liegt oberhalb der Mindestlohngrenze.

Grundlage für die Gehaltsempfehlung gemäß Merkblatt AKBW ist eine wöchentliche Arbeitszeit von 40 Std (8 Std/Tag) und Jahresurlaub von 24 Tagen.

Bei SFP beträgt die wöchentliche Arbeitszeit auch 40 Std (8 Std/Tag). Der Urlaub ist nach Alter und Betriebszugehörigkeit gestaffelt.

Bei einem Alter bis 30 Jahren erhält der Mitarbeitende 26 Tage,
über 30 Jahre 27 Tage,

über 30 Jahre und mehr als 5 Jahren Betriebszugehörigkeit 28 Tage
und über 30 Jahre und mehr als 10 Jahren Betriebszugehörigkeit 29 Tage,
zusätzlich jeweils 0,5 Tage an Weihnachten und Silvester.

Unsere Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, ihre Arbeitszeit nach Rücksprache und in einem uns möglichen Rahmen flexibel zu gestalten, so können sie in gewisser Weise auch ihren Verdienst bestimmen.

Die Arbeitszeit für unsere Mitarbeitenden ist nicht streng geregelt. Wir erwarten, soweit möglich, eine Anwesenheit zwischen 9 und 16 Uhr. Einige unserer Mitarbeitenden haben die Möglichkeit zum Home Office und nutzen dies auch, um Fahrzeiten zu reduzieren oder Betreuungsengpässe auszugleichen. Jeder von uns bearbeitet eigenständig oder in Teams



Projekte, die in einem Controlling-System erfasst werden, bei Engpässen wird zeitlich gegenseitig ausgeholfen um Spitzen auszugleichen.

Überstunden sind nach gegenseitigem Einvernehmen erlaubt und werden entweder gegen Freizeit ausgeglichen oder aber ausbezahlt.

Auch Unterstunden sind nach Rücksprache und in gewissem Rahmen erlaubt und werden zu gegebener Zeit nachgearbeitet.

Die Überstunden im Jahr 2019 waren aufgrund der Umstellung des Arbeitsvertrages eines Mitarbeiters überdurchschnittlich hoch.

Wichtig ist uns die Prämisse, dass wir eigentlich keine Überstunden wollen, d.h.

Überstunden dürfen auch erst nach Rücksprache gemacht werden. Ziel ist für uns, die Arbeitslast rechtzeitig so zu verteilen, dass eine gewisse Regelmäßigkeit und eine Ausgeglichenheit stattfinden kann.

Nach Abschluß eines wirtschaftlich guten Jahres erhalten unsrer Mitarbeiter zusätzlich zu o.g. Gehaltszahlung eine der jeweiligen Gehaltsgruppe und der täglichen Arbeitszeit angepasste Prämie.

Eine Möglichkeit unseren Mitarbeitenden eine Möglichkeit an der gesellschaftlichen Teilhabe zu gewähren, konnten wir bisher nicht umsetzen, da dies im städtischen Gefüge eher selten eingefordert wird oder nicht stattfindet.

Kennzahlen

		2019
Pos	Indikator	Wert
1	Verdienstreizung	3,5
2	Medianverdienst	4.000
3	Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst"*	1.980
4	unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit	40
5	tatsächlich geleistete Überstunden	506
6	durchschnittliche Überstunden je Mitarbeitenden	40

* Quelle:

Wert für Familien: 1.980,- <https://tradingeconomics.com/germany/living-wage-family>

Für Einzelpersonen: 1.220,- <https://tradingeconomics.com/germany/living-wage-individual>

Durchschnitt: 1.604,-

Bewertungsstufen

Bereits o.g. Maßnahmen werden getroffen um einen an regionale Lebenshaltungskosten angepassten „lebenswürdigen Verdienst“ zu gewährleisten. Mitarbeitende werden darin unterstützt, einen bewussten Umgang mit Arbeitszeit und Überstundenpraxis zu etablieren. Mitarbeitende besitzen die Möglichkeit, aus verschiedenen flexiblen Arbeitsmodellen auszuwählen.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Die SFP Architekten haben schon mehrmals über die Beteiligung der Mitarbeitenden an der Gesellschaft, aber auch an der Übernahme von Verantwortung nachgedacht. Ein Modell der „Plattform für Architekten“ sollte nochmals überdacht werden.

C2.1 - UNGERECHTE AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE

Wir bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

C2 – Ausgestaltung der Arbeitsverträge	
erreichte Punktezahl C2	3
erreichte Punktezahl C2.1	0

C3 - ÖKOLOGISCHES VERHALTEN DER MITARBEITENDEN

Pionierunternehmen sind wesentliche Multiplikatoren zur Stärkung des ökologischen Bewusstseins der Mitarbeitenden. Daher kommt der Vorbildfunktion und der Anreizpolitik von Unternehmen zur Förderung des ökologischen Bewusstseins und Verhaltens im beruflichen Alltag der Mitarbeitenden eine Schlüsselrolle zu.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Wir versuchen bereits zu Teilen in unserem Unternehmen ein ökologisches Bewusstsein zu entwickeln und ein ökologisches Verhalten zu ermöglichen, indem wir z.B. eine kleine Küche mit der Möglichkeit zu kochen und zu essen und das dazugehörige Geschirr eingerichtet haben.

Vor einiger Zeit haben wir im Zuge der Müllvermeidung Vorratsdosen zum Abholen vorbestellter Mittagstische angeschafft.

Die Getränke, die wir anbieten haben wir von Kunststoffflaschen zu Glasflaschen geändert, unseren Kaffee kaufen wir in großen Mengen, um Verpackung zu sparen.

Die Milch lassen wir vom benachbarten Einzelhandel mit der Sackkarre liefern.

Zusätzlich bieten wir Thermoskannen und Glaskaraffen zur Nutzung von Trinkwasser aus der Wasserleitung an.

Wir trennen unseren Müll und haben auch hier in unserer kleinen Küche trotz wenig Stauraum einen Weg gefunden, dies zu ermöglichen.

Unsere Alltagsmobilität setzt sich aus einer Mischung von zu Fuß, Fahrrad und PKW zusammen.

Den Weg von zu Hause zum Büro legen wir bereits zu 69% mit ÖPNV, per Rad und zu Fuß zurück.

Seit einem Jahr ermöglichen wir unseren Mitarbeitenden den Zugang zu einem Dienstfahrrad-Leasing, d.h. wir möchten unseren Mitarbeitenden zu Zugang zu einem Fahrrad leichter ermöglichen und unterstützen dies durch eine Zuzahlung zur Versicherung.

Geschäftliche Termine werden gebündelt wahlweise mit dem Fahrrad, PKW oder ÖPNV wahrgenommen.

Derzeit bieten wir unseren Mitarbeitenden keine gezielten, öffentlichen Weiterbildungsangebote zum ökologischen Verhalten an, die Themen, an denen wir arbeiten kamen bisher aus dem Alltag.



Kennzahlen

		in der Kantine in %	in Verpflegungsautomaten in %	Catering, Kiosk, etc. in %	Summe
1	Verpflegung aus ökologischer Herkunft	0%	0%	0%	

	Mobilität: Anreise mit...	PKW/Motorrad/Moped	Fahrgemeinschaft	Öffis	Rad	zu Fuß
2	%-Anteil der MA	31%	0%	32%	21%	16%
	Summe					100%

	Ökologisches Betriebsangebot	vorhanden (j/n)	Nutzung durch MA in %	Bemerkungen
3	Anreizsystem für Fahrgemeinschaften	n	0%	
4	Anreizsystem für Nutzung von öffentl. Verkehrsmitteln	j	32%	
5	Bereitstellung Dienstfahräder	j	21%	
6	festgeschriebene Dienstwagenpolitik: < 130 g CO ₂ /km	n	0%	
7	Kein Arbeitsweg wegen Teleworking/Homeoffice	j	47%	47% der MA hätten die Möglichkeit Homeoffice zu nutzen
8	Weiterbildung zu ökologischem Verhalten	j	32%	wiederverwendbare Vorratsbehälter, Küche
9	Vergünstigung für biologische Restaurants	n	0%	
10	Sonstiges			
	Mittelwert		19%	

Bewertungsstufen

Mit den o.g. Maßnahmen versuchen wir uns im Unternehmen zu nachhaltigen Ernährungsgewohnheiten, konsequenter nachhaltiger Mobilitätspolitik und punktueller Integration ökologischer Aspekte in Weiterbildungsprogramme zu positionieren.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Wir möchten in der Kommunikation mit unseren Mitarbeitenden noch mehr ökologisches Bewußtsein schaffen. Bereits in unserem letzten Mitarbeiter*innen-Fragebogen in Vorbereitung zum jährlichen MA-Gespräch haben wir nach nachhaltigen Ideen gefragt. Diese möchten wir um das ökologische Bewußtsein ergänzen, um die Mitarbeitenden aus eigenen Stücken und mit eigenen Ideen zu motivieren, ihr Verhalten zu überdenken.

C3.1 - ANLEITUNG ZUR VERSCHWENDUNG/DULDUNG UNÖKOLOGISCHEN VERHALTENS

Wir bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird.

C3 - Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	
erreichte Punktezahl C3	2
erreichte Punktezahl C3.1	0

C4 - INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ

Das Unternehmen bzw. die Organisation ist ein Ort der aktiven Teilhabe und Mitwirkung für alle Mitarbeitenden. Sämtliche Mitarbeitende können ihre Ideen, Anregungen oder Impulse einbringen und so Mitverantwortung übernehmen und zum Wohl des Unternehmens beitragen. Die Identifikation mit dem Unternehmen bzw. der Organisation steigt, und die Weisheit der Vielen wird genutzt.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Wir handeln nicht mit allen wesentlichen Daten transparent, daher trennen wir das Thema Mitentscheidung und Transparenz in 2 Bereiche:

1. Mitentscheidung und Transparenz im Projekt
2. Mitentscheidung und Transparenz über innerbetriebliche Entscheidungen.

Die Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, alle Daten, die zu einem Projekt gehören einzusehen, d.h. jede/jeder die/der Interesse daran hat, kann einsehen, wie wirtschaftlich oder unwirtschaftlich ein Projekt verläuft.

Aufgrund unserer flachen Hierarchie versuchen wir, jeder/jedem einzelnen Mitarbeitenden ein hohes Maß an Mitentscheidung zu ermöglichen, d.h. Projekte werden, soweit möglich nach Rücksprache mit den vorgesehenen Projektbearbeiter*innen vorab besprochen, um die Für und Wider gemeinsam zu bewerten.

Derzeit haben die Mitarbeitenden keine Transparenz bei Entscheidungen zu innerbetrieblichen Entscheidungen wie Gehältern oder anderen kritischen und wesentlichen Daten.

Auf Projektebene haben wir gute Erfahrungen mit der Transparenz aller Daten gemacht, in den anderen Themen noch keine, die Erfahrung aus Gesprächen zeigt aber auch bei einigen Mitarbeitenden, dass sie gar nicht mehr Entscheidung und Verantwortung haben und tragen wollen.

Kennzahlen

	Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten im Projekt (Schätzung in Prozent)	100%
	Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten im Unternehmen (Schätzung in Prozent)	0%



Anteil der wesentlichen Entscheidungen, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung im Projekt getroffen werden (in Prozent)	100%
Anhörung	100%
Mitwirkung	100%
Mitentscheidung	100%
Anteil der wesentlichen Entscheidungen, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung im Unternehmen getroffen werden (in Prozent)	3%
Anhörung	10%
Mitwirkung	0%
Mitentscheidung	0%

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden (in Prozent)	0%
Anhörung	0%
Mitwirkung (z.B. bei Hearing, Definition der Stelle)	0%
Mitentscheidung	0%

Bewertungsstufen

Gesetzliche Transparenz und Mitbestimmungsrechte der Mitarbeitenden zu innerbetrieblichen Entscheidungen werden eingehalten.

Wir haben uns in der Vergangenheit schon des Öfteren Gedanken über die Möglichkeit der Mitentscheidung und Übernahme von mehr Verantwortung Gedanken gemacht. Das erfordert unseres Erachtens einer anderen Rechtsform.

Die ersten Schritte zu mehr Mitentscheidung sehen wir derzeit in den Projekten, die wir in allen Belangen (z.B. Honorar, Budget, Umsatz...) transparent mit unseren Mitarbeitenden regelmäßig diskutieren.



Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Wir möchten uns Gedanken darüber machen, unsere Kennzahlen (Umsatz, GuV..) zukünftig transparenter zu machen, um die Mitarbeitenden mehr über die Zusammenhänge unserer Entscheidungen informieren zu können. GmbH veröffentlicht!

C4.1 - VERHINDERUNG DES BETRIEBSRATES

Wir bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt.

C4 - Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	
erreichte Punktezahl C4	1
erreichte Punktezahl C4.1	0

D - KUND*INNEN UND MITUNTERNEHMEN

D1 - ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG

Kund*innen als Menschen mit ihren Bedürfnissen und Wünschen stehen im Vordergrund, nicht deren Potenzial als Umsatzträger*innen. Ziel ist die optimale Erfüllung des wirklichen Kund*innennutzens. Dies reicht von der kund*innenorientierten Produktentwicklung über die offene Kommunikation auf Augenhöhe bis hin zur Barrierefreiheit bei sämtlichen Kontaktpunkten mit Kund*innen. Ethische Kund*innenbeziehungen umfassen auch den Verzicht auf Umsatz oder Gewinn, wenn es im Interesse der Kund*innen ist.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Die Kund*innenorientierung hat für uns als Dienstleistungsunternehmen höchste Priorität. Freundlichkeit und Serviceorientierung im Umgang mit unseren Bauherren stehen hierbei ganz oben. Dabei verlieren wir nicht unsere persönliche Authentizität. Wir wollen, dass unsere Bauherren mit unserer Leistung in allen Bereichen zufrieden sind. Wir legen großen Wert darauf, die Aufgabenstellung und die realistische Machbarkeit sorgfältig zu ermitteln und beides transparent darzustellen. Hierdurch können wir gewährleisten, bereits in der Projektplanung eine kundenorientierte Lösung zu entwickeln, die auch im Projektverlauf den Anforderungen nach Wirtschaftlichkeit, zeitlichen Vorgaben sowie planerischer Qualität standhalten kann. Kundenorientierung heißt für uns auch, unsere fachliche und personelle Leistung in regelmäßigen Abständen zu bewerten und die Zufriedenheit unserer Auftraggeber*innen abzufragen. Daraus leiten wir Verbesserungsmaßnahmen für die fachliche Leistung und unseren Umgang mit Kund*innen ab. Für die Ermittlung der Kundenanforderungen ist die Geschäftsführung zuständig, für den Service und die Betreuung im Projektverlauf alle Mitarbeiter*innen. Die Abfrage der Kundenzufriedenheit beim Auftraggeber*innen und innerhalb des Projektteams wird durch die Projektleitung durchgeführt.



Wie wird das Thema aktuell gelebt

Neukund*innen gewinnen wir größtenteils durch öffentliche und gewerbliche Ausschreibungen, nach denen wir in öffentlichen Portalen filtern oder zu denen wir direkt eingeladen werden. Bei der Filterung auf öffentlichen Portalen legen wir Wert darauf, Projekte und Kund*innen zu finden, die nicht weiter als 100km entfernt liegen, da wir sowohl die Zeit unserer Mitarbeiter als auch unseren CO2 Fußabdruck nicht unnötig strapazieren wollen. Direkte Einladungen erfolgen meist durch öffentliche und gewerbliche Kund*innen, in deren Listen wir aufgrund bereits erfolgreich abgeschlossener Projekte und Empfehlung aufgeführt sind.



In kleinerem Umfang gewinnen wir Kund*innen durch direkte, projektbezogene Akquisitionen, durch Weiterempfehlung, teilweise durch die Beteiligung an Wettbewerben,

über Listungen in der Architektenkammer und vereinzelt durch unsere Homepage, bzw. Schlagworte bei der Browsersuche.

Einige unserer Projekte wurden in Architekturzeitschriften veröffentlicht.

Aufgrund unserer Struktur liegt die Gewinnung von Neukund*innen hauptsächlich im Aufgabenfeld der Geschäftsführung, unterstützt durch Mitarbeiter*innen in der Bearbeitung von Präsentationen, Wettbewerben, Teilnahmeanträgen, Referenzblättern etc.

Da wir eine Dienstleistung und keine Produkte anbieten besteht unser Ziel darin, unsere Kund*innen und Stammkund*innen durch gute Qualität in der Planung und der Begleitung während der Ausführung zu überzeugen.

Der Erfolg liegt in uns und jedem einzelnen unserer Mitarbeiter.

Stammkund*innen werden 2-jährlich mit einer kleinen Aufmerksamkeit (SFP-Tüchle zum Abwischen von Freudes- und Leidtränen) an uns erinnert.

Zusätzlich führen wir regelmäßig Wohnzimmerkonzerte, Ausstellungen, Vorträge, Lesungen, Reiseberichte, etc. in unserer Zeitkapsel durch.

(www.sfp-architekten.de/umbau-moehring-er-str-60)

Eine intensive Grundlagenermittlung bzw. Phase 0 mit unseren Kund*innen ermöglicht uns präzise, die jeweiligen Bedürfnisse abzuklären. Die Budget – Kosten - Nutzenanalyse verhindert Fehlinvestitionen, dies wird von unseren Bauherr*innen sehr geschätzt.

Für Kund*innen werden individuelle Lösungen erarbeitet, das kann ein Beratungsgespräch oder eine komplette Planung vom Vorentwurf, Entwurf, Ausführungsplanung, Ausschreibung, Vergabe, Objektüberwachung und Mängelbeseitigung sein. So besteht die Möglichkeit je nach finanziellen Mitteln der Kund*innen eine Planung bedarfsorientiert anzupassen.

Es erfolgt immer eine Beratung ohne Gewinnabsicht. Unsere Prämisse ist eine zufriedenstellende Beratung und Planung, bei der die Wünsche und Absichten der Bauherr*innen im Vordergrund stehen.

Kritische Geschäftsbeziehungen und Projekte, bei denen die Basis zu Kund*innen oder die Planungsabsicht nicht stimmen, lehnen wir ab.

Unsere Leistungen stehen fast allen Kund*innen-Gruppen offen.

Private Bauherren mit kleineren Projekten im z.B. Einfamilienhausbau liegt nicht in unserer Kernkompetenz. Kund*innen mit diesen Wünschen leiten wir meist weiter an freie, selbstständige Kollegen, die mehr Erfahrung in diesem Planungsgebiet und in dieser Größenordnung an Projekten haben.

Wir beraten und begleiten auch kleinere, für unsere Bürostruktur absehbar unlukrative Kund*innen und Projekte, wenn der soziale, regionale oder ökologische Faktor für uns stimmt, z.B. den kleinen Dachausbau in der Nachbarschaft oder das Selbstbauprojekt eines kleinen Zentrums für Meditation.

Kennzahlen

Übersicht der Budgets im Marketing, Verkauf, Werbung:	4.100 €
Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile	keine
Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens	nein
Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird	1 %



Bewertungsstufen

Konkrete Ethikleitlinien für die Kund*innengewinnung und -pflege sowie Lösungen für benachteiligte Kund*innengruppen werden verpflichtend umgesetzt.

Bei der Kund*innengewinnung und -pflege prüfen wir, mit wem wir zusammen arbeiten werden. Kritische Geschäftsbeziehungen und Projekte, bei denen die Basis zu Kund*innen oder die Planungsabsicht nicht stimmen, lehnen wir ab, z.B. Projekte, deren Bestandsgebäude ohne grundlegende Voruntersuchung und nur zur Gewinnmaximierung abgebrochen werden.

Wir versuchen im Sinne unserer Kund*innen zu beraten und gleichzeitig die Verträglichkeit für z.B. städtebaulichen Raum im Bereich des Verdichteten Bauen nicht zu überschreiten. Zusätzlich ist es unser Ziel in der Planung die Weiterverwendung oder spätere Umnutzung mit zu denken und Grundrisse, soweit konstruktiv sinnvoll, flexibel zu gestalten. Lösungen für benachteiligte Kundengruppen werden diskutiert und zu Teilen werden auch unlukrative Projekte umgesetzt.

Zusätzlich zu Ethikrichtlinien im Verkauf werden sämtliche Kontaktpunkte zu Kund*innen hinsichtlich Erfüllung der Kund*innenbedürfnisse und Gestaltung auf Augenhöhe regelmäßig überprüft und verbessert.

Kund*innenbeziehungen auf Augenhöhe sind Teil der Marktpositionierung.

Kommunikation und Begegnungen stehen für uns im Zentrum der Zusammenarbeit mit unseren Kund*innen.

Gespräche und Besprechungen finden immer auf Augenhöhe statt und werden die Wünsche und Erwartungen der Kund*innen umgesetzt.

Innovative Lösungen zur Gestaltung menschenwürdiger Kommunikation und Barrierefreiheit sind im ganzen Unternehmen umgesetzt.

In unserer Phase 0 oder unseren Moderationen mit Kund*innen und deren Nutzern gehen wir mit innovativen Lösungen zur Gestaltung der Kommunikation vor, wir machen Stakeholderanalysen, Organigramme, Projektprozessbeschreibungen um alle bestmöglich zu erreichen und Fragen zu beantworten.

Barrierefreiheit ist zu Teilen in unserem Unternehmen umgesetzt. Wir sind tolerant gegenüber jeglicher Herkunft, Religion, Neigung und bieten auch teils körperlich eingeschränkten Mitarbeitern einen Arbeitsplatz.

Einzig die barrierefreie und rollstuhlgerechte Nutzung unserer Büroräume in den Obergeschossen ist nicht möglich.



Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Eine Kund*innenbeziehung auf Augenhöhe sehen wir in unserem Unternehmen als gelebte Realität. Wir würden uns mehr Begegnung auf Augenhöhe von unseren Kund*innen wünschen !!

Eines unserer Ziele ist die barrierefreie Umgestaltung unserer Homepage.

Zukünftig möchten wir mehr Zeit für Analysen und Reflexionen älterer Projekte einplanen, um noch Kund*innenorientiertere Lösungen zu generieren.

Wir möchten unsere Leitlinien zur Kund*innengewinnung breiter im Büro aufstellen und unsere Mitarbeiter darüber mehr informieren.

D1.1 - UNETHISCHE WERBEMAßNAHMEN

Wir bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden.

D1 - Ethische Kundenbeziehung	
erreichte Punktezahl D1	4
erreichte Punktezahl D1.1	0

D2 - KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen basiert auf einer wertschätzenden Grundhaltung sowie einem Verhalten auf Augenhöhe gegenüber anderen Unternehmen. Wettbewerb wird als sportliche Herausforderung in transparenter, respektvoller Weise und nicht als feindliche Verdrängung betrachtet und gelebt.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Wir pflegen eine offene, wertschätzende Grundhaltung unseren Berufskolleg*innen gegenüber. Ein regelmäßiger fachlicher Austausch erfolgt über unsere AKBW (Architektenkammer Baden-Württemberg) – es handelt sich hier um keine gesetzlich verankerte Berufsvertretung.

Kooperationen und der Austausch mit Berufs Kolleg*innen findet bei uns regelmäßig statt. Wir tauschen Erfahrungswerte hinsichtlich Projekten, Kennzahlen, Kontakten etc. regelmäßig aus. SFP Architekten hat z.B. einen ehrenamtlichen Sitz im Beirat eines Unternehmens in gleicher Branche.

Bei großen, komplexen Aufgabenstellungen binden wir Berufskolleg*innen bzw. andere Fachdisziplinen mit ein und bilden Arbeitsgemeinschaften. Bei Auftragsspitzen werden den Kund*innen Berufskolleg*innen weiterempfohlen. Wenn Kolleg*innen fachspezifische Fragen haben, werden Infos und Erfahrungen offen ausgetauscht.

Auszug aus unserem Qualitätsmanagementhandbuch:

In der heutigen arbeitsteiligen Wirtschaft arbeitet jeder Angestellte und jedes Unternehmen mit anderen zusammen. Je stärker die Arbeitsteilung wird, desto mehr wird der Erfolg von der Art der Kooperation und desto weniger von der Größe der eingesetzten Mittel und Kräfte bestimmt. Grundsätzlich sind durch die Verbesserung der Kooperation viele der heutigen Probleme sicherer und besser zu lösen, als durch die fortwährende Vergrößerung von Einsatz und Anstrengungen.

An unseren Projekten sind in der Regel eine Vielzahl von Partnern beteiligt. Wir arbeiten mit anderen Fachplanern, freien Mitarbeitern, ausführenden Firmen und weiteren Projektbeteiligten zusammen.

Die Zusammenarbeit mit unseren Partnern beeinflusst die Qualität unserer eigenen Leistung maßgeblich.

Um unseren Kunden eine hohe Qualität der Arbeitsergebnisse zu gewährleisten, wählen wir daher die Kooperationspartner sehr sorgfältig aus und überprüfen ihre Leistung. Wo wir selbst nicht für die Beauftragung von Planungspartnern und Ausführungsfirmen verantwortlich sind, wollen wir in der Lage sein, dem Auftraggeber fundierte Empfehlungen auszusprechen.

Wir legen außerdem Wert auf eine langfristige Zusammenarbeit mit verlässlichen und kompetenten Partnern, die unserem Qualitätsanspruch genügen und zur Ergänzung und Weiterentwicklung unseres Leistungsspektrums beitragen.



Bei der Auswahl eines Kooperationspartners greifen wir auf unsere Bewertungsliste Kooperationspartner zurück. Hier sind die Bewertungen der Partner aufgeführt, mit denen wir bereits zusammengearbeitet haben.

Zukünftige Kooperationspartner, mit denen wir noch nicht zusammengearbeitet haben, werden von uns vor Beginn eines gemeinsamen Projektes auf der Basis von Referenzen und bestimmten Kriterien ausgewählt. Das Ergebnis wird in die Bewertungsliste Kooperationspartner aufgenommen.

Nach Leistungsabnahme bewerten wir die erbrachte Leistung des Kooperationspartners und die Zusammenarbeit. Diese Bewertung wird ebenfalls in der Bewertungsliste Kooperationspartner dokumentiert.

Auf diese Weise halten wir unsere Erfahrungen mit unseren Kooperationspartnern schriftlich und zugänglich fest und erhalten eine Auswahl zuverlässiger Unternehmen für unsere Projektplanung.

Wir bewerten und dokumentieren auch die Leistungen von Unternehmen, mit denen wir zusammengearbeitet haben, auch wenn diese nicht von uns beauftragt wurden.

Für die Pflege der Liste der Kooperationspartner ist die Geschäftsführung verantwortlich. Die Bewertung der Kooperationspartner nach Projektabschluss wird von der Projektleitung durchgeführt.

Kennzahlen

Wie hoch ist der investierte Zeit- / Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

23 %

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

Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)

23 %

Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen

0,1 %

Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG

0 %

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?:

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards

0

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying)

0

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards

0

Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen...	
...anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0
...der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	60
Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen...	
...anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0 %
...der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	6,7 %
Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen...	
...anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0 %
...der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0 %

Bewertungsstufen

Erste Kooperationen mit Mitunternehmen der gleichen Branche, Mitarbeit zur Erhöhung der Branchenstandards, umfassende Erfahrungen mit der Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen, Finanzmitteln und/oder Technologie in Notsituationen oder zur Unterstützung von Mitunternehmen.

SFP Architekten haben bereits seit Jahren erfolgreiche Kooperationen (ARGEn) mit Unternehmen gleicher Branche und auch direkt in Stuttgart, um Aufträge besser abwickeln zu können, Arbeitskräfte in Notsituationen auszutauschen und Erfahrungen und Technologien auszutauschen.

In unserem Mietobjekt in Stuttgart vermieten wir Flächen an Kollegen der gleichen Branche unter, um Räumlichkeiten (Serverraum, Drucker, Sekretariat, Besprechungsräume etc.) und Kommunikation besser nutzen zu können.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Wir haben bereits einige Kooperationen mit Berufskolleg*innen und tragen z.B. durch unsere ehrenamtliche Teilnahme im Beirat von Unternehmen gleicher Branche mit Erfahrungen bei und möchten diese weiter laufend vertiefen.

Ziel müsste sein, auch den technologischen Austausch mit Kollegen weiter zu vertiefen und digitales know-how besser auszutauschen.



D2.1 - MISSBRAUCH DER MARKTMACHT GEGENÜBER MITUNTERNEHMEN

Wir bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird.

D2 - Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	
erreichte Punktezahl D2	6
erreichte Punktezahl D2.1	0

D3 - ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

Durch Nutzung und Recycling sowie durch die endgültige Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen entstehen oft negative ökologische Auswirkungen. Um diese Auswirkungen auf ein Minimum zu reduzieren, sollten Produkte und Dienstleistungen so gestaltet sein, dass sie sich möglichst weit in natürliche Kreisläufe einfügen (Konsistenz) und ein möglichst gutes Verhältnis von Nutzen- bzw. Bedürfnisbefriedigung zu negativen ökologischen Auswirkungen haben (Effizienz). Darüber hinaus ist vor allem ein maßvoller Konsum notwendig, um gesamtgesellschaftlich gesehen, die ökologischen Auswirkungen zu reduzieren (Suffizienz).

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Ökologische Aspekte werden mit dem Kund*innen kommuniziert und Alternativen gegenübergestellt.

Viele unserer Projekte und Machbarkeitsstudien basieren auf dem Erhalt bereits bestehender Gebäude und der Wiederverwendung von Materialien, vor allem im Denkmalschutz.

Das Kreislaufdenken bei den eingesetzten Materialien muss ein noch wichtigerer Teil unserer Arbeitsphilosophie werden. In unserem Einflussbereich steht die Sensibilisierung der Bauherr*innen – die Entscheidung fällt jedoch der/die Bauherr*in.

Durch bewussten und sparsamen Einsatz von möglichst naturbelassenen, recyclebaren Materialien, wird der ökologische Fußabdruck in der Ausführung und späteren Entsorgung reduziert.

Suffizienz bei der Planung, „weniger ist mehr“ und keine Gestaltung die der Mode und somit einem raschen Wechsel unterliegt. Uns ist es wichtig, dass Projekte qualitativ Altern und Patina bekommen.

Durch einen intensiven Dialog mit den Nutzer*innen, ein gutes Wahrnehmen und analysieren was für das jeweilige Projekt wesentlich ist, gewährleisten wir in der Planung einen maßvollen Umgang mit den verwendeten Ressourcen.

Wir geben derzeit einem Mitarbeiter die Möglichkeit 50% seiner Arbeitszeit am KIT in Karlsruhe am Lehrstuhl für Nachhaltiges Bauen zu arbeiten und freuen uns über seinen input ins Büro.

Bewertungsstufen

Das Unternehmen verfügt über erste Daten zu ökologischen Auswirkungen und plant Maßnahmen zur Reduktion ökologischer Auswirkungen bzw. zur Förderung maßvoller Nutzung. Kund*innen und Konsument*innen werden erste Informationen zu ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen mit dem Ziel einer Bewusstseinsbildung zu maßvoller Nutzung zur Verfügung gestellt.



Wir versuchen unsere Gebäude flexibel zu planen, d.h. Kund*innen darauf aufmerksam zu machen, dass z.B. stützenfreie Grundrisse flexibler in der späteren Umnutzung oder Mehrfachnutzung sind oder Systemtrennwände ab- und wieder aufgebaut werden können.

Unser Ziel ist es, Kund*innen, die ökologischen Auswirkungen pro Nutzeinheit nahe zu bringen und bei Interesse mit Kooperationspartnern weitere Informationen zur Verfügung zu stellen.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Bei Planung und Ausschreibung sollten wir mehr darauf achten, dass Produkte zum Einsatz kommen die den Kriterien der GWÖ entsprechen, regionale Handwerker, Baustoffe aus ökologisch nachhaltig produzierten Betrieben, ethisch fair produzierte Materialien vorzugsweise aus Deutschland bzw. Europa geringe Transportdistanzen werden bevorzugt, regionale bzw. zertifizierte Produkte.

Durch bewussten und sparsamen Einsatz von möglichst naturbelassenen, recyclebaren Materialien, wird der ökologische Fußabdruck in der Ausführung und späteren Entsorgung reduziert.

Wir sollten noch vehementer uns und unsere Kund*innen im Thema ökologischem Bauen, dem Wiederverwenden von Materialien und dem Erhalt von Bausubstanz beraten und beraten lassen.

Wir möchten intern ein Expertenteam aufbauen, das sich Stück für Stück dem komplexen Thema des Nachhaltigen Bauen nähert und die anderen Mitarbeiter einbezieht.

D3.1 - BEWUSSTE INKAUFNAHME UNVERHÄLTNISSMÄßIGER ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Wir bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt.

D3 – Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	
erreichte Punktezahl D3	2
erreichte Punktezahl D3.1	0

D4 - KUND*INNEN-MITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ

Die Mitwirkung von Kund*innen kann Hinweise auf öko-soziale und nachhaltige Produktverbesserungen, Produkt- und Service-Innovationen sowie die künftige Entwicklung des Absatzmarktes geben. Kund*innen können ihre Erfahrungen dem Unternehmen direkt mitteilen oder untereinander teilen, wodurch der Einfluss der Kund*innen steigt. Transparente Informationen über die Inhaltsstoffe und Preisbestandteile machen die (Höher-) Wertigkeit deutlich und ermöglichen fundierte Kaufentscheidungen der Konsument*innen und die Meinungsbildung der interessierten Öffentlichkeit.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Der Umgang mit unseren Kund*innen unterscheidet sich im mitgebrachten Hintergrundwissen, d.h. ist es ein privater Kund*in und baut das erste Mal oder ein institutioneller Kund*in mit Erfahrung.

Beim ersten Kund*innenkontakt werden die Planungsschritte genau erklärt und mit den Kund*innen der Leistungsumfang definiert. Die Planungsangebote werden transparent für unsere Kund*innen ausgearbeitet, damit die einzelnen Planungsschritte/Planungskosten gut erkennbar sind. Das Angebot wird mit dem/der Bauherr*in mündlich besprochen.

Wir arbeiten transparent und für alle einsehbar nach der Honorarordnung für Architekten und Ingenieure (HOAI). Diese bietet ein Preis- und Leistungskatalog, der mit unseren Kund*innen genau definiert wird und je nach gewähltem Standard der Bauherr*innen angeboten wird. Zusätzlich bieten wir unsere Stundensätze transparent an und die Menge der Leistung und die Leistungsinhalte können auf Wunsch gewählt und jederzeit angepasst werden.

Mitspracherecht und Mitentscheidung während des kompletten Planungsprozesses ermöglichen ein ehrliches Produkt für die Kund*innen zu entwickeln an dem sie lange Freude haben, da es genau auf ihre Bedürfnisse abgestimmt ist.

Die meisten unserer institutionellen Kund*innen sind bereits mit Einzelheiten und Risiken der Vorhaben bewandert. In deren Werkverträgen und in der HOAI ist bereits geregelt, wie wir auf diese Risiken hinzuweisen haben.

Unsere „privaten“ Bauherr*innen weisen wir in vielen Gesprächen darauf hin.

Ein Teil unserer Machbarkeits-Studien findet außerhalb der HOAI statt. Wir bieten hier volle Transparenz in Hinsicht auf unsere Leistung, d.h. wir bieten offen unsere Stundensätze, die zeitliche Einschätzung und Leistungsinhalte an und unsere Auftraggeber*innen können sowohl den Leistungsinhalt, als auch die Tiefe/die Zeit der Ausarbeitung bestimmen.

Es gibt zu jeder Zeit im Projekt (auch bereits durch die HOAI geregelt) unsere Hinweispflicht auf Kosten und deren ständige Überwachung. Am Ende jeder Leitungsphase werden diese ermittelt, kommuniziert und frei gegeben.



Nach der Kostenberechnung aus der Entwurfsplanung wird jede weitere Änderung schriftlich fixiert und frei gegeben. Das ist Inhalt unseres Qualitätsmanagements.

Die Genauigkeit in Bezug auf Kosten orientiert sich an der Leistungsphase der HOAI und der DIN 276 Kostenplanung im Hochbau.

Diese ist so geregelt, dass Ungenauigkeit nur in festgeschriebenen Toleranzen möglich ist.

Kennzahlen

Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind.	100 %
Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen.	keine Produkte
Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen	100 %



Bewertungsstufen

Eine institutionalisierte, offene und transparente Form der Kund*innenmitwirkung ist realisiert. Konstruktives Feedback wird größtenteils umgesetzt. Kund*innen werden über Inhaltsstoffe und Risiken der Produkte umfänglich informiert. Herkunft und Preisbestandteile sind größtenteils für Produkte und Prozesse veröffentlicht

Wir arbeiten transparent und für alle einsehbar nach der Honorarordnung für Architekten und Ingenieure (HOAI). Diese bietet ein Preis- und Leistungskatalog, der mit unseren Kund*innen genau definiert wird und je nach gewähltem Standard der Bauherr*innen angeboten wird. Zusätzlich bieten wir unsere Stundensätze transparent an und die Menge der Leistung und die Leistungsinhalte können auf Wunsch gewählt und jederzeit angepasst werden.



Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Mehr Sensibilisierung unserer Kund*innen auf ökologische Themen im Bauprozess.

D4.1 - KEIN AUSWEIS VON GEFAHRENSTOFFEN

Wir haben bei vielen Bauherr*innen aus Kosten- und anderen Gründen nur bedingt Einfluß darauf, die Bauprodukte zu bestimmen.

Unser Ziel ist es, uns darin weiterhin fortzubilden, um in Zukunft besser bestätigen zu können, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und dass auch keine schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen.

D4 - Kund*Innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	
erreichte Punktezahl D4	6
erreichte Punktezahl D4.1	0

E - GESELLSCHAFTLICHES UMFELD

E1 - SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Sinn und Zweck eines Gemeinwohl-Unternehmens ist es, ausschließlich Produkte und Dienstleistungen zu erzeugen bzw. anzubieten, die einen aktiven Beitrag zum Gemeinwohl leisten. Das bedeutet, dass diese Produkte und Dienstleistungen für ein physisch und psychisch gesundes sowie einfaches (suffizientes) Leben nötig sind, sozial verträglich und ökologisch so schonend wie möglich erzeugt werden. Darüber hinaus bieten Gemeinwohl-Unternehmen Lösungen für die größten Herausforderungen der Menschheit, z.B. Armutsbekämpfung, hochwertige Ernährung für alle Menschen, Bildung, Gesundheit und die Lösung sozialer Missstände.

Haltung des Unternehmens zum Thema



Wie wird das Thema aktuell gelebt



Die Gebäude, die wir planen und begleitend bauen können projektabhängig einige Grundbedürfnisse erfüllen:

- Lebensgrundlage: z.B. Nahrung, Wohnen, Arbeiten
Wir planen öffentliche und private Gebäude, die sich die Nutzer*innen aktiv aneignen, indem sie darin Wohnen, Arbeiten, ihre Freizeit verbringen, sich entspannen, kurzum: sich tagtäglich darin aufhalten.
Die Gebäude bieten Raum für Rückzug und Erholung, für Kommunikation und Arbeit und sind zugleich sozialer Raum der Begegnung.
- Schutz, Sicherheit: z.B. soziale Sicherheit, Gesundheitssystem, Arbeitsplatzsicherheit durch strukturierte, übersichtliche und sichere Gebäudestrukturen und „schöne“ Räume, die den Aufenthalt sicher und angenehm gestalten sollen
- Beziehung: z.B. Partnerschaft, Familie, Naturverbundenheit durch Räume, die allen Menschen die Möglichkeit bieten, sich zurück zu ziehen und gemeinsam im „zu Hause“ zu leben und gleichzeitig den größtmöglichen Bezug zur Natur und zum Licht zu wahren. Attraktiv gestaltete Räume schaffen für Jung und Alt Geborgenheit.
- Bildung: z.B. Literatur, Bildungssystem, Kommunikation durch die Anordnung und Gestaltung von Räumen wird die Kommunikation gefördert, z.B. Open Space Büros anstatt Einzelzellen-Büros, Kommunikationszonen, etc.
- Freizeit, Entspannung: z.B. Spiele, Sport, Clubs
Gebäude und Räume sind Rückzugsort und bieten die Basis zur Entspannung und Erholung

- Kunst, Gestaltung: z.B. Fähigkeiten, Know-how durch die Möglichkeit der individuellen Aneignung von Räumen und Gebäuden wird kreatives Schaffen gefördert, das Umfeld kann Kreativität fördern.
- Identität: z.B. Sprache, Religion, Tradition, Werte
Öffentliche Gebäude sind durch die auf den Ort abgestimmte Gestaltung identitätsstiftend, z.B. der Eiffelturm in Paris

Im Grundsatz ist unsere Dienstleistung kein Luxusprodukt.

Die Planungen und Beratungen, die wir anbieten sind stark von unseren Auftraggeber*innen abhängig und die meisten unserer AG*innen sind aus dem öffentlichen/gewerblichen Bereich, in dem Luxus kein Thema ist. Es gibt sicherlich immer wieder preiswertere Produkte, die unsere AG*innen in ihren Gebäuden verbauen könnten, damit einhergehend aber auch qualitativ schlechtere.

Wir versuchen die Balance zwischen Qualität, preiswert und ressourcenschonend zu finden.

Kennzahlen

			Beitrag der Produkte zu diesen Aspekten in Prozent				
Geschäftsjahr 2019			erfüllt Bedürfnisse		dient der Entwicklung		
Produktbezeichnung P/DL	P/ DL (Umsatz in TSD €)	ME	deckt Grundbedürfnisse	Statussymbole / Luxus	der Menschen	der Erde Bio-sphäre	löst UNO Entwicklungsziele
Sanierungen im Bestand	907		80%	0%	80%	50%	60%
Machbarkeitsstudien Bestand	122		80%	0%	80%	0%	60%
Neubauten	64		80%	0%	80%	20%	60%
Betreuung von VgV Verfahren	147		80%	0%	80%	0%	60%
GESAMT Umsatz	1.240		80%	0%	80%	18%	60%

Geschäftsjahr 2019				Nutzen der Produkte/ Dienstl.		
Nr	Produktbezeichnung P/DL	P/ DL (Umsatz)	ME	Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen	Hemmen-der oder Pseudonutzen	Negativnutzen
1	Sanierungen im Bestand	907		100%	0%	0%
2	Machbarkeitsstudien Bestand	122		20%	0%	0%
3	Neubauten	64		100%	0%	0%
4	Betreuung von VgV Verfahren	147		10%	0%	0%
	GESAMT Umsatz	1.240		58%	0%	0%

Bewertungsstufen

Unsere Dienstleistungen erfüllen wie oben beschrieben mehrheitlich Grundbedürfnisse für ein suffizientes gutes Leben. Eine konkrete Beschäftigung mit gravierenden sozialen und ökologischen Problemen in der Branche findet statt.



Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Unsere Dienstleistung hat die Möglichkeit, für viele gesellschaftliche und ökologische Probleme einen Ansatz zu finden, diese anzugehen und zu Teilen zu lösen und genau mit dieser Haltung möchten wir zukünftig arbeiten.

E1.1 - MENSCHENUNWÜRDIGE PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Wir bestätigen, dass keine menschenunwürdigen Dienstleistungen verkauft werden.

E1 - Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	
erreichte Punktezahl E1	2
erreichte Punktezahl E1.1	0

E2 - BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Jedes Unternehmen bzw. jede Organisation agiert in einem gesellschaftlichen Umfeld und innerhalb einer sozialen Gemeinschaft. Das Gemeinwesen (bestehend aus staatlichen und zivilgesellschaftlichen Einrichtungen) stellt wichtige Grundlagen für unternehmerisches Handeln zur Verfügung. Umgekehrt erwartet die Gesellschaft auch einen angemessenen Beitrag aller zur Erhaltung und Weiterentwicklung dieser Strukturen. Neben den gesetzlich vorgeschriebenen Steuern und Abgaben gibt es eine breite Palette materieller oder immaterieller Leistungen, die Organisationen erbringen und damit das Gemeinwesen entweder fördern oder auch schädigen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Unser Unternehmen leistet zur Sicherung des Gemeinwesens alle gesetzlich geforderten Ertragsteuern, lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträge. Wir erhalten keine direkten Förderungen und Subventionen von anderen Stellen.

Geschäftsjahr	2019
Gesamtumsatz in TSD €	1.240
Nettoabgaben in TSD €	
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (Körperschaftsteuer, Solizuschlag, Gewerbesteuer)	43
Sonstige Steuern	1
Sozialversicherungsbeiträge Mitarbeiter*innen	206
Lohnsteuer Mitarbeiter*innen	127
Unternehmensbezogene Zuschüsse (abzüglich) in TSDT €	
(-) Subventionen	0
(-) Förderungen	0
Nettoabgaben gesamt	377
Ausgewiesene Wertschöpfung in TSD €	
Ergebnis gewöhnliche Geschäftstätigkeit (EGT, Gewinn)	144
Fremdkapitalzinsen	0
Mieteinnahmen	0
Verpachtung	0
Wertschöpfung gesamt in TSD €	144
Nettoabgabenquote	262%

Wir unterstützen teilweise finanziell Projekte wie z.B. die Sonja Rauschmann Stiftung, die sich um benachteiligte Kinder in der Region kümmert und sind im Verein zur Förderung und

Erhaltung historischer Bauten, die Objekte aufgreift, die vom Abbruch oder Zerfall bedroht sind. Der Eigennutzen an diesen finanziellen Unterstützungen ist gleich 0.

Wir organisieren in unseren Büroräumlichkeiten teilweise Konzerte, Yoga-Wochenenden, Performances oder wie jüngst die Moderation zu einem Partizipations-Workshop über derzeit leerstehende Gebäude in unserer Nachbarschaft.
 Dies nimmt in Relation zu unserem Jahresumsatz dennoch nur einen Anteil von unter 1% ein.

Wir als Geschäftsführer*innen des Unternehmens stellen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus verhindert werden.

Kennzahlen

Nr	Meine/Unsere Leistung (Geld, Ressourcen...) zum Gemeinwesen	Mittelwerte 2019		
		Beitrag in TSD €	Eigen-nutzen in TSD €	Beitrag zum Gemein-wohl in %
1	Spende Sonja Rauschmann Stiftung	0,5	0,0	0,0%
2	Verein zum Erhalten hist. Bauwerke	0,1	0,0	0,0%
	GESAMT	0,6		
	Gesamtumsatz	1.240,0		100%
	Anteil zur Bewertung			0,0%



Bewertungsstufen

Das Unternehmen ist sich seiner Beiträge zum Gemeinwesen bewusst und legt diese durch die jährliche Bilanz offen. Es erfolgen geringfügige, punktuelle freiwillige Leistungen ohne Wirkungsüberprüfung.



Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Ein Ziel könnte sein, im Unternehmen gemeinsam und in Abstimmung mit allen Mitarbeiter* mehr freiwillige Beiträge zum gesellschaftlichen Gemeinwohl zu leisten.

E2.1 - ILLEGITIME STEUERVERMEIDUNG

Wir bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen?

E2.2 - MANGELNDE KORRUPTIONSPRÄVENTION

Wir bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden.

E2 - Beitrag zum Gemeinwesen	
erreichte Punktezahl E2	5
erreichte Punktezahl E2.1	0
erreichte Punktezahl E2.2	0

E3 - REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Unternehmen können durch Veränderung ihrer internen Produktions-, Verarbeitungs- und Arbeitsprozesse und der damit verbundenen Reduktionen der ökologischen Auswirkungen einen wesentlichen Beitrag leisten, um der Überschreitung planetarer Grenzen entgegen zu wirken. Im Lebensweg stehen hier die internen Abläufe zwischen der Übernahme der Vorprodukte von den Lieferant*innen und der Übergabe der Produkte an die Kund*innen im Fokus. Ebenso kann das Produktdesign zur Reduktion dieser Auswirkungen beitragen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wie wird das Thema aktuell gelebt

In unseren Arbeitsprozessen sind die Auswirkungen auf die Umwelt in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch marginal (minimale Abweichungen, die kaum Einfluss auf den Gesamteindruck oder das Ergebnis haben).

Dennoch versuchen wir, negative Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm und Abfall zu vermeiden, indem wir die Auto-Mobilität reduzieren und immer mehr auf den ÖPNV und das Rad ausweichen, den Stromverbrauch zu reduzieren, indem wir immer wieder das Licht ausschalten und die Computer am Abend runter fahren.

Wir erheben und veröffentlichen keine Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen, wir haben kein Umweltkonto.

Kennzahlen

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

Mittelwerte 2019					
Mitarbeiteranzahl (Vollzeitäquivalente)		12,60			
Umweltkonto	gemessen in	Gesamt	CO2 Äquivalenz in kg	pro MA	CO2 Äquivalenz in kg
Summe CO2 Belastung	[kg]		28.644		2.273
Transporte (und deren CO2-Äquivalent)	[km]	64.414	9.743	5.112	773
Treibstoffverbrauch (und dessen CO2-Äquivalent)	[l]	0	0	0	0
Stromverbrauch (und dessen CO2-Äquivalent)	[kWh]	20.836	5.167	1.654	410
Gasverbrauch (und dessen CO2-Äquivalent)	[kWh]	0	0	0	0
Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur)	[kWh]	67.651	13.733	5.369	1.090
Verbrauch von Trink- und Regenwasser	[m³]	114.650	0	9.099	0
Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig)	[kg]	0	0	0	0

Entsorgung Verpackungsmaterial	[kg]	0	0	0	0
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien	[kg]	0	0	0	0
Kunstlichteinsatz	[kWh]	0	0	0	0
Schadstoffemissionen	[kg]	0	0	0	0

Die jeweiligen Messwerte sollten auf betrieblich relevante Kenngrößen umgelegt werden (z.B. kg CO2 pro Mitarbeitendem oder bezogen auf den Umsatz). Die Bezüge können dann zur Überprüfung der Erreichung des Ziels „Reduzierung“ genutzt werden.

Bewertungsstufen

Das Unternehmen unternimmt o.g. erste Schritte zur Identifikation der wesentlichen ökologischen Auswirkungen



Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Wir wollen erkennbare Maßnahmen zur Verbesserung des eigenen ökologischen Fußabdrucks setzen, z.B. Verkauf des firmeneigenen Diesel-PKW, mehr ÖPNV, Ökostrom, 100% Recycling Papier, etc.

E3.1 - VERSTÖßE GEGEN UMWELTAUFLAGEN SOWIE UNANGEMESSENE UMWELTBELASTUNGEN

Wir bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet.

E3 - Reduktion ökologischer Auswirkungen	
erreichte Punktezahl E3	1
erreichte Punktezahl E3.1	0

E4 - TRANSPARENZ UND GESELLSCHAFTLICHE MITENTSCHEIDUNG

Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung sollen in erster Linie Schaden von der Allgemeinheit durch Entscheidungen abwenden, die auf einem Mangel an verfügbaren Informationen und Fakten, mangelhaftem Argumentationsaustausch oder fehlenden Mitwirkungsmöglichkeiten der Betroffenen beruhen. Sie sollen ein lebensdienliches Miteinander in einer aufgeklärten, demokratischen, offenen und pluralistischen Gesellschaft fördern. Die relevanten Berührungsgruppen hier sind: Anrainer*innen, Gebietskörperschaften, kritische Non-Profit-Organisationen, zukünftige Generationen und die Natur (= Mitwelt, Tiere, Pflanzen, Biodiversität, Landschaften).

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Uns ist ein partizipativer Ansatz bei der Planung wichtig. Wir arbeiten immer im Nahbereich der Berührungsgruppen – Nutzer*innen, Nachbarn, Bevölkerung, Stadt, Land, Gemeinde - dies beinhaltet immer auch ein Berücksichtigen zukünftiger Generationen.

Umfang, Tiefe und Art der Publikationen für die Öffentlichkeit sind projektabhängig und bauherr*innenbezogen – wir sensibilisieren im Alltag die Bauherr*innen in Hinsicht auf Transparenz und Mitbestimmung bei Bürger*innen, Nachbarn oder Nutzer*innen der Gebäude.

Aus unserer Erfahrung erreichen wir durch Partizipation eine bessere Akzeptanz bei allen Beteiligten, Ängste und Sorgen werden von vorne herein abgefangen und abgebaut. Wir haben auch die Erfahrung gemacht, dass eine Teilung der Rollen von Architekt*in und Moderator*in sehr sinnvoll ist, denn das Wissen, das die Architekten über das Gebäude von vorne herein mit einbringt hemmt auch oft die Abwägung der Möglichkeiten im Vorfeld.

In diesen Dialogen werden keine wichtigen oder kritischen Informationen, die die gesellschaftlichen Berührungsgruppen betreffen, zurückgehalten.

Die Anzahl an Moderationen vor allem mit Nutzern und die Teilnahme an Bürgerbeteiligungen in öffentlichen Vergabeverfahren, die wir betreuen hat die letzten Jahre zunehmend an Bedeutung gewonnen und wollen wir auch weiter unterstützen.

Für die Bewertung der Kennzahlen haben wir die gleiche Einteilung in Dienstleistungsfelder übernommen, wie in E1.

Kennzahlen

	Ja	Nein	Erstbericht
Veröffentlichung des Gemeinwohlberichts J/N			j



in den letzten Jahren	relevante Berührungsgruppen					Mittelwert
	AG	Nutzer	Nachbarn	Behörden		
Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen an kritischen Projekten (nicht relevante Beispiele löschen oder neue hinzufügen)						
Sanierungen im Bestand	75%	50%	10%	75%		53%
Machbarkeitsstudien Bestand	75%	50%	0%	0%		31%
Neubauten	75%	50%	25%	75%		56%
Betreuung von VgV Verfahren	75%	50%	50%	75%		63%
Verteilung Entscheidungsfindung	75%	50%	21%	56%	0%	51%

Bewertungsstufen

Wir entwickeln eine Haltung, die Offenheit und Transparenz als Grundlage für Vertrauen, Kommunikation und gemeinsame Verantwortung sieht; erste Analysen und konkrete Planung einer transparenten, ehrlichen und auf Fakten basierenden Berichterstattung. Wir empfehlen unseren Auftraggeber*innen, mit Bürger*innen und Organisationen relevanter Berührungsgruppen in Dialog zu treten.

Die Ergebnisse unserer Projekte werden dokumentiert und auf unserer Website im Nachhinein veröffentlicht.



Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Anfang 2021 wollen wir unsere Homepage neu gestalten, um dort unseren Gemeinwohlbericht einsehbar zu machen.

E4.1 - FÖRDERUNG VON INTRANSPARENZ UND BEWUSSTE FEHLINFORMATION

Wir bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet.

E4 - Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	
erreichte Punktezahl E4	2
erreichte Punktezahl E4.1	0

AUSBLICK

Kurzfristige Ziele

Wir werden nicht all unsere Ziele auf einmal umsetzen können, daher möchten wir in kleinen Schritten das uns mögliche zusammen mit unseren Mitarbeiter*innen, Kund*innen und Lieferant*innen in Angriff nehmen.

Kurzfristig könnten das z.B. sein:

- ökologisch und fair produziertes Büromaterial kaufen und mehr in Kreisläufen denken, altes wiederverwenden (cradle to cradle).
- weniger Pläne und Unterlagen drucken, um Lieferungen von z.B. Papier einzusparen.
- Wechsel zu Ökostrom.
- Zur Verbesserung des eigenen ökologischen Fußabdrucks werden wir unseren firmeneigenen Diesel-PKW verkaufen und uns bei einem lokalen Car-Sharing Anbieter anmelden.
- Ökologisches Verbesserungspotenzial sehen wir bei der Anschaffung von Hardware (mit Energiestandard) für alle Mitarbeitenden, die uns die Möglichkeit gibt, mehr im Home Office zu arbeiten und Wege zum Arbeitsplatz zu reduzieren.
- Kommunikation mit unseren Mitarbeitenden zur Schaffung von noch mehr ökologischem Bewusstsein und nachhaltigen Ideen und um die Mitarbeitenden aus eigenen Stücken und mit eigenen Ideen zu motivieren, auch ihr privates Verhalten zu überprüfen.
- Bei Planung und Ausschreibung wollen wir mehr darauf achten, dass Produkte zum Einsatz kommen, die den Kriterien der GWÖ entsprechen: regionale Handwerker, Baustoffe aus ökologisch nachhaltig produzierten Betrieben, ethisch fair produzierte Materialien vorzugsweise aus Deutschland bzw. Europa, geringe Transportdistanzen werden bevorzugt, regionale bzw. zertifizierte Produkte.
- Wir wollen noch vehementer uns und unsere Kund*innen im Thema ökologischem Bauen, dem Wiederverwenden von Materialien und dem Erhalt von Bausubstanz beraten und beraten lassen.
- 2021 wollen wir unsere Homepage neu gestalten, um dort unseren Gemeinwohlbericht einsehbar zu machen.

Langfristige Ziele

- Unsere Lieferant*innen und deren Zulieferkette hinterfragen und Produkte anzufragen, die mit der GWÖ Philosophie kompatibel sind.
- Mehr Transparenz gegenüber unseren Lieferant*innen, vor allem zum Thema Mitentscheidung, um es in allen Köpfen klarer ankommen zu lassen.
- Investition in Angebote im Bereich der Schulung und Fortbildung unserer Mitarbeiter*innen über die innerbetrieblich notwendigen Anwendungsgebiete hinaus, wie z.B. Gesundheit und Ernährung.

- Umsetzung von Maßnahmen zur Verbesserung der Gesundheit am Arbeitsplatz, vor allem bei der vielen sitzenden Tätigkeit der Mitarbeiter*innen, z.B. alle bekommen höhenverstellbare Tische, o.ä.
- Im Unternehmen gemeinsam und in Abstimmung mit allen Mitarbeiter*innen mehr freiwillige Beiträge zum gesellschaftlichen Gemeinwohl leisten.
- Zusätzlich wollen wir das Thema Arbeitsschutz am Arbeitsplatz (v.a. auf der Baustelle) besser kommunizieren und aufstellen.
- Wir haben bereits einige Kooperationen mit Berufskolleg*innen und tragen z.B. durch unsere ehrenamtliche Teilnahme im Beirat von Unternehmen gleicher Branche mit Erfahrungen bei und möchten diese weiter laufend vertiefen.
Ziel müsste sein, auch den technologischen Austausch mit Kollegen weiter zu vertiefen und digitales know-how besser auszutauschen.

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHLBILANZ

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht involviert?

Ulrike Schnitzer, geschäftsführende Gesellschafterin SFP Architekten GmbH

Wer hat den Prozess begleitet?

Prozessbegleitung: Ulrike Amann und Gebhard Moser

Über welchen Zeitraum wurde der Bericht erstellt?

Berichtszeitraum: 2019

Wie viele Frau/Mann-Arbeitsstunden wurden dafür verwendet?

90-100h

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?.

Bürobesprechung, workshop

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht nach außen kommuniziert?

Veröffentlichung auf der website, Darstellung in Verhandlungsverfahren

Stuttgart, 19.03.2021

MIT UNTERSTÜTZUNG VON

STUTTGART
Wirtschaftsförderung

