



Spindler
Dachdeckerei
Spenglerei

Gemeinwohl-Bericht

SPINDLER Dachdeckerei-Spenglerei GmbH

Kompaktbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.1

Berichtszeitraum: 01.01.2022 bis 31.12.2022

Erstellungsdatum: 18.07.2023

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen.....	5
Kurzpräsentation des Unternehmens	6
Produkte / Dienstleistungen.....	6
Das Unternehmen und Gemeinwohl.....	7
Testat.....	8
A Lieferant*innen.....	9
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	9
A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette	9
A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	11
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	12
A2.1 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	12
A2.2 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	13
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette.....	14
A3.1 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	14
A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette.....	16
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	17
A4.1 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	17
B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen.....	19
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	19
B1.1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	19
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	21
B2.1 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	21
B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln	22
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung.....	23
B3.1 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	23
B3.2 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen.....	25
B4 Eigentum und Mitentscheidung	26
B4.1 Eigentum und Mitentscheidung.....	26
B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme.....	27
C Mitarbeitende	29

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	29
C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	29
C1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	32
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	33
C2.1 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	33
C2.2 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	36
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	37
C3.1 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	37
C3.2 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens	39
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	40
C4.1 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	40
C4.2 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates	42
D Kund*innen und Mitunternehmen	43
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	43
D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung	43
D1.2 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen	45
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	46
D2.1 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	46
D2.2 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen	49
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	49
D3.1 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	49
D3.2 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen	51
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	52
D4.1 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz	52
D4.2 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen	53
E Gesellschaftliches Umfeld	55
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	55
E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	55
E1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	58
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	58

E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen.....	58
E2.2 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung	61
E2.3 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention	62
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	62
E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen	62
E3.2 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	64
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	65
E4.1 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	65
E4.2 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation...	66
Ausblick.....	67
Kurzfristige Ziele	67
Langfristige Ziele	67
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (EU COM 2013/207)	68
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz.....	68
Anhang.....	69
1. Anmerkungen zu Allgemeinen Informationen zum Unternehmen.....	69
2. Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner	69
3. Liste der Anlagen und Referenzen.....	70

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	SPINDLER Dachdeckerei-Spenglerei GmbH
Rechtsform:	GmbH
Website:	www.dachdeckerei-spindler.de
Branche:	F - Baugewerbe
Firmensitz:	Ingolstadt, Deutschland
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	24 Personen
Vollzeitäquivalente:	18 FTE
Saison- und Zeitarbeitende:	0 Personen
Umsatz:	3.319.000 €

(Diese Werte beziehen sich auf das letzte vollständige (Geschäfts-) Jahr 2022.)

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: keine

Berichtszeitraum: 01.01.2022 bis 31.12.2022

Kurzpräsentation des Unternehmens

Wir über uns

Wir steigen Ihnen auf's Dach! Und zwar schon seit 1990. So lange ist es her, dass Karl und Waltraud Spindler die SPINDLER Dachdeckerei und Spenglerei ins Leben riefen. In rund 30 Jahren Firmengeschichte sind wir schon vielen Kund*innen aufs Dach gestiegen – natürlich nur im wörtlichen und nicht im übertragenen Sinn. Schließlich sollen Sie genauso gerne mit uns arbeiten, wie wir miteinander!

Wir sind bis heute ein Familienbetrieb geblieben. "Familie" bedeutet für uns, dass wir Mitarbeiter*innen, Kund*innen, Lieferant*innen und allen, die mit uns zu tun haben, positiv, offen und auf Augenhöhe begegnen. Wie in jeder guten Familie diskutieren wir unterschiedliche Meinungen aus und finden für alles und alle einen guten Kompromiss. Wir laden Sie herzlich ein, Teil unserer "kleinen" Familie zu werden. Überzeugen Sie sich selbst!

Unsere Leistungen

Unser Portfolio umfasst alle Bereiche des Dachdecker- und Spenglerhandwerks und zwar sowohl für Privat- als auch für Gewerbekund*innen: Flachdachabdichtungen, Steildacheindeckungen, Wärmedämmungen, Fassadenbekleidungen, Gründächer, PV-Anlagen, Dachfenster, Metaldächer, Terrassen, Balkone, Reparaturservice und noch so einiges mehr.

Produkte / Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
Flachdachabdichtung inkl. Gründächer und WD	53
Steildacheindeckungen inkl. WD	44
Fassadenbekleidungen inkl. WD	2
PV-Anlagen	1

Das Unternehmen und das Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Wir sind der Überzeugung, dass sich jeder Mensch und damit auch jedes Unternehmen an ethische Grundsätze halten sollte. Für uns als Unternehmen ist es wichtig zu wissen, welche Auswirkungen unsere Tätigkeiten auf das Wohl unserer Mitarbeiter*innen, unserer Kund*innen, unserer Lieferant*innen und damit auf die ganze Gesellschaft haben. Die Gemeinwohlbilanzierung ist daher für uns ein Gradmesser, um einschätzen zu können, wie weit wir in unseren Bemühungen schon gekommen sind und wo die Verbesserungspotenziale liegen.

Aufgrund unseres Portfolios sind wir besonders mit den Auswirkungen der Klimakrise konfrontiert und sehen hier großes Potenzial einen Beitrag zum Gemeinwohl zu leisten.

Auch durch die Information über die handwerkliche Ausbildung und ganz konkret durch die Ausbildung von Jugendlichen (auch von benachteiligten Kindern) leisten wir einen Beitrag zum Gemeinwohl.

Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

Wir haben in 2022 einen Workshop mit allen Mitarbeiter*innen zu den 17 SDS's abgehalten. Dabei haben wir in einem Planspiel die Auswirkungen und Zusammenhänge bei Aktivitäten zu den einzelnen Zielen erarbeitet. Im Nachgang haben wir die SDG's für unser Unternehmen definiert (siehe Anlage). In diesem Prozess sind wir mit der GWÖ in Berührung gekommen und haben uns entschlossen, diesen Weg zu bestreiten.

Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

Jutta Spindler, jutta.spindler@dachdeckerei-spindler.de, 0841-885568-11

Testat



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



Zertifikat: **Peerevaluation** **Gemeinwohl-Bilanz** **SPINDLER Dachdeckerei-Spenglerei GmbH**

M5.0 Kompaktbilanz **01.01.2021 – 31.12.2022** **Peergruppe Ingolstadt online 2022**

zert. Begleiter*in **Christina von Frankenberg** **Thomas Mönius** **Beteiligte Peergruppen Firmen**

Sommerland YogaKultur Erbach
iCONDU GmbH
weis Architekten

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 10 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 30 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 10 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 50 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 10 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 40 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: -4	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 60 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 40 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 10 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 10 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 20 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 30 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 30 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 10 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 10 %
			Zertifikat gültig bis 31.07.2025	BILANZSUMME: 229

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: x8zib
Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 24.07.2023

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



A Lieferant*innen

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Produkte/ Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?
- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?
- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Berichtsantwort

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

Wir sind ein verarbeitendes Handwerksunternehmen und kaufen daher alle von uns verwendeten Produkte zu. Dies sind insbesondere Dachziegel, Holz, Dachabdichtungsbahnen, Fassadenbekleidungen, Metalle und Metallprodukte, Dämmstoffe, Flüssigkunststoffe, PV-Module sowie die dazugehörigen Befestigungsmaterialien. Des Weiteren kaufen wir Dienstleistungen in Form von Fremdleistungen ein. Wir vergeben Leistungen wie Zimmererarbeiten, Dachbegrünungen u.ä. an andere Firmen. Die Entsorgung von Abfällen übernehmen zertifizierte Entsorgungsfirmen. Außerdem kaufen wir selbstverständlich alle relevanten Büromaterialien, Getränke für unsere Mitarbeiter*innen, Lebensmittel und Softwaredienstleistungen ein.

Bei der Auswahl der Lieferant*innen sind wir oft an vorgegebene Materialien aus Ausschreibungen von Architekt*innen/Auftraggeber*innen gebunden. In allen anderen Fällen wählen wir nach Qualität und in der momentanen Situation nach Lieferbarkeit aus. Außerdem bewerten wir die ökologische und regionale Relevanz. Die meisten unserer Produkte werden von in Deutschland ansässigen Firmen produziert - oft auch aus der näheren Umgebung. In der Vergangenheit haben wir bereits Lieferant*innen aussortiert, die ökologische Aspekte ignoriert haben (zum Beispiel einen Ziegelhersteller, der nicht bereit war, auf Mehrwegpaletten umzusteigen).

Fremdleistungen vergeben wir fast immer an uns bekannte Firmen aus der Region, mit denen wir schon seit Jahren zusammenarbeiten und die eine ähnliche ökologische und soziale Einstellung haben. Ebenso halten wir es mit den Entsorgungsfirmen.

Im Bereich von Lebensmitteln, Getränken, Verpflegung, Bürobedarf usw. kaufen wir regional und - soweit möglich - nachhaltig ein. Auf unserem Dach befindet sich ein Bienenstock. Dadurch sind wir mit Honig absolut regional versorgt.

Zertifizierungen im Bereich der Ökologie, Nachhaltigkeit sowie im sozialen Bereich haben wir in der Vergangenheit nicht überprüft. Aufgrund der jetzigen Erfassungen durch unseren Lieferantenfragebogen, werden wir diese Aspekte in Zukunft aber berücksichtigen (soweit möglich - Vorgaben Ausschreibungen).

Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?

Aktuell haben wir diese Risiken nicht überprüft. Viele unserer Zulieferer sind zertifiziert, daher schätzen wir das Risiko nicht allzu hoch ein. Aufgrund der Auswertungen der Lieferantenfragebogen werden wir aber in Zukunft in der Lage sein, hier eine genauere Einschätzung vorzunehmen und die Zulieferkette besser prüfen können.

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Soweit wir hierzu Angaben machen können, sind die Zertifikate in den Lieferantenfragebögen bzw. in der Lieferantenliste erfasst.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der zugekauften Produkte/ Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

2022:

Branche	Ausgaben (in €)
C - Verarbeitendes Gewerbe (nicht weiter spezifiziert)	585.000
C - Verarbeitendes Gewerbe (nicht weiter spezifiziert)	384.000
E - Wasserversorgung, Abfallwirtschaft	54.000
S - Andere Dienstleistungen	38.000
Übrige Lieferanten	260.000

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

2022: 30 %

Aufgrund der Rückläufe der Lieferantenfragebögen können wir hier noch keine sichere Angabe machen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Bereits jetzt achten wir bei unseren Lieferant*innen sowohl auf Regionalität, Ökologie und Nachhaltigkeit sowie soziale Aspekte. So haben wir zum Beispiel in der Vergangenheit bereits Lieferanten aussortiert, die ökologische Aspekte ignoriert haben (im konkreten Beispiel einen Ziegelhersteller, der nicht bereit war, auf Mehrwegpaletten

umzusteigen). Bei der Auswahl der Dämmstoffe setzen wir auf Materialien aus verantwortlicher Kreislaufwirtschaft sowie alternative ökologische Grundstoffe. Im Bereich Photovoltaik haben wir Fortbildungen besucht und haben den Verkauf und Vertrieb ausgeweitet. Die Einhaltung von menschenwürdigen Bedingungen in der Zulieferkette können wir bei unseren regionalen Lieferant*innen eher beurteilen, als bei Produkten, die von weiter her kommen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aufgrund der Rückläufe der Lieferantenfragebögen werden wir die Auswahl der Lieferant*innen neu bewerten und evtl. auch Anbieter*innen austauschen.
- Aufgrund der Rückläufe der Lieferantenfragebögen können wir unsere Kund*innen besser beraten im Hinblick auf die Auswahl der gewünschten Materialien.
- Für die Zukunft werden wir die Nachhaltigkeitsberichte unserer Lieferant*innen in unten aufgeführter Tabelle (sofern verfügbar) verlinken.

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

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht verletzt wird?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht verletzt wird?

Unsere wesentlichen Lieferant*innen haben wir in der beigefügten Tabelle erfasst. Aufgrund der Rückläufe der Fragebögen können wir bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette nicht signifikant verletzt wird. Bei unseren regionalen Partner*innen können wir das aufgrund der persönlichen Bekanntheit relativ sicher bestätigen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir achten beim Einkauf von Materialien und der Vergabe von Fremdleistungen außer auf die Qualität und die Verfügbarkeit der eingesetzten Produkte - soweit möglich - auf Regionalität und die Produktion in Deutschland. Die komplette Lieferkette können wir bis dato nicht abschließend beurteilen. Durch die Auswertung der Lieferantenfragebögen hoffen wir aber, in dieser Hinsicht in Zukunft mehr relevante Informationen abfragen zu können.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Berichtsantwort

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

Aufgrund unserer Unternehmensgröße bzw. dem Abnahmevolumen der eingekauften Produkte ist unser Einfluss auf die Lieferant*innen bzw. Vorlieferant*innen stark begrenzt. Allerdings arbeiten wir hauptsächlich mit in Deutschland bzw. in der EU produzierenden Firmen zusammen, sodass wir bei den direkten Lieferant*innen davon ausgehen können, dass zumindest alle gesetzlichen Vorschriften eingehalten werden. Die Vorlieferant*innen haben wir bis dato nicht beurteilt. Bei der Vergabe von Leistungen an andere Unternehmen legen wir größten Wert auf persönliche Bekanntschaft und Regionalität. Durch die persönliche Bekanntschaft mit den meisten Subunternehmern, können wir den gerechten Umgang mit deren Mitarbeiter*innen positiv beurteilen.

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

Für diesen Punkt gibt es kein Evaluierungsprozedere. Wenn uns Probleme bekannt werden, scheuen wir uns nicht davor, diese anzusprechen und evtl. auch Lieferantenbeziehungen zu beenden.

Verifizierungsindikatoren

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

2022: 20 %

Darüber haben wir noch keine sicheren Angaben. Durch die Auswertung der Lieferantenfragebögen können wir hierüber für den nächsten Berichtszeitraum genauere Angaben machen.

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

2022: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Bei der Auswahl unserer Lieferant*innen haben wir großen Wert auf einen fairen Umgang untereinander gelegt. Dies zeigt sich in sehr langjährigen Geschäftsbeziehungen. Das Augenmerk liegt hier auch auf Regionalität und "Made in Germany".

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aufgrund der Auswertung der Lieferantenfragebögen werden wir in der Zukunft die Zuliefererkette besser beurteilen können und die Möglichkeit haben, evtl. Lieferant*innen zu hinterfragen bzw. auszutauschen.

A2.2 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zuliefererkette nicht verletzt werden sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht ausgenutzt wird?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zuliefererkette nicht verletzt werden sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht ausgenutzt wird?

Wir bestätigen hiermit, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zuliefererkette nicht verletzt werden und wir unsere Marktmacht nicht ausnutzen. Ungeachtet dieser Tatsache, möchten wir mit allen Lieferant*innen auf Augenhöhe zusammenarbeiten und einen fairen Umgang miteinander pflegen.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?
- Welche Unterschiede gibt es zum Mitbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Berichtsantwort

Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

Wie in A1 bereits beschrieben, kaufen wir alle von uns verwendeten Produkte zu und kaufen darüber hinaus Fremd- und Dienstleistungen ein.

Viele der von uns verwendeten Materialien sind nachhaltig und ökologisch produziert: zum Beispiel Dachziegel, heimische Hölzer (wir verzichten - soweit technisch möglich - auf den Einsatz von Imprägnierungsmitteln), Schiefer, WPC-Holzdielen.

Durch stetige Weiterbildungsmaßnahmen und Recherche auf Messen und o.ä. finden wir für Materialien wie zum Beispiel Wärmedämmungen aus PUR oder PS ökologisch und technisch sinnvolle Alternativen. Im Bereich von Abdichtungsmaterialien haben die Industrie sowie die Technik hier noch großen Nachholbedarf, den wir über Rückmeldungen aus Verarbeitersicht versuchen zu beheben.

Die meisten unserer Produkte werden von in Deutschland ansässigen Firmen produziert - oft auch aus der näheren Umgebung. In der Vergangenheit haben wir bereits Lieferant*innen aussortiert, die ökologische Aspekte ignoriert haben (zum Beispiel einen Ziegelhersteller, der nicht bereit war, auf Mehrwegpaletten zu liefern).

Fremd- und Dienstleistungen vergeben wir fast immer an uns bekannte Firmen aus der Region, mit denen wir schon seit Jahren zusammenarbeiten und die eine ähnliche ökologische und soziale Einstellung haben. Ebenso halten wir es mit den Entsorgungsfirmen. Einige unserer Lieferant*innen haben außerdem DIN EN ISO 14001 Zertifizierungen o.ä.

Im Bereich von Lebensmitteln, Getränken, Verpflegung, Bürobedarf usw. kaufen wir regional und - soweit möglich - nachhaltig ein. Das gilt zum Beispiel für Getränke, die wir von einer örtlichen Brauerei in Glas-Mehrweg-Flaschen einkaufen. Verpflegung kaufen wir über den örtlichen "Der Frischelieferant" bzw. einem Caterer. Auf unserem Dach befindet sich ein Bienenstock. Dadurch sind wir mit Honig absolut regional versorgt und tragen zur Artenvielfalt bei.

Zertifizierungen im Bereich der Ökologie, Nachhaltigkeit sowie im sozialen Bereich haben wir in der Vergangenheit nicht überprüft. Aufgrund der jetzigen Erfassungen durch unseren Lieferantenfragebogen, werden wir diese Aspekte in Zukunft aber berücksichtigen (soweit durch Vorgaben und Ausschreibungen möglich).

Wie werden ökologische Risiken in der Zuliefererkette evaluiert?

Die Risiken sind aufgrund unserer Kenntnisse über die von uns verwendeten Materialien zum großen Teil durch die Hersteller*innen bekannt. Bei neu verwendeten Materialien informieren wir uns über Produktdatenblätter und allgemein zugängliche Informationen der Lieferant*innen.

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

Ein wichtiges Kriterium ist die Regionalität - soweit möglich - greifen wir immer auf Produkte/Dienstleistungen zurück, die wir im Umkreis erhalten können. Als zweites Kriterium betrachten wir die Nachhaltigkeit von verwendeten Materialien und versuchen, ökologisch sinnvolle Alternativen zu herkömmlichen Produkten zu wählen. Die Lebensdauer von Produkten spielt für uns ebenso eine entscheidende Rolle wie die Möglichkeit der Rückführung des Materials in die Kreislaufwirtschaft. Ein Beispiel hierfür ist das Material WPC (Wood-Plastic-Composites) und ebenso wird die Rückführung bei einigen Dämmstoffen (z.B. Steinwolle) erreicht.

Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

In Gesprächen mit Lieferant*innen sehen wir, dass sich unsere Mitbewerber*innen mit Forderungen nach ökologischen Materialalternativen, den SDG's und dem ganzen Thema "Nachhaltigkeit" noch nicht viel beschäftigt haben. Im Gespräch mit befreundeten Unternehmen konnten wir jedoch in Erfahrung bringen, dass sich in diesem Bereich auch bei den Mitbewerber*innen langsam ein Bewusstsein entwickelt.

Verifizierungsindikatoren

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

2022: 20 %

Die Zahlen sind geschätzt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum haben wir den Einkauf von Dämmstoffen verändert und setzen jetzt (soweit möglich) auf nachhaltigere Alternativen - zum Beispiel mit Anteilen aus Wiederverwertung und Muschelkalk. Den Einbau von Photovoltaikanlagen haben wir forciert.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Den Einbau von integrierten Photovoltaikanlagen werden wir ausbauen.
- Den Umstieg auf nachhaltige Dämmstoffe werden wir im Verkaufsgespräch stärker anbieten.
- Aufgrund der Lieferantenfragebögen werden wir unsere Lieferant*innen und deren Produkte besser beurteilen können und evtl. Alternativen erörtern.

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

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Produkte/ Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Produkte/ Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen?

Wir bestätigen, dass wir auf Produkte mit hohen schädlichen Umweltauswirkungen verzichten, wenn dies gemäß der Vergaberichtlinien und der Technik möglich ist. Aktuell gibt es für manche Materialien noch keine nachhaltigen Alternativen. Durch die stetige Nachfrage bei unseren Lieferant*innen versuchen wir, die Transformation hin zu ökologisch sinnvollen Alternativprodukten zu beschleunigen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Kontinuierliche Nachfrage nach ökologisch sinnvollen Alternativprodukten.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Berichtsantwort

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

Aufgrund unserer Unternehmensgröße bzw. dem Abnahmevolumen der eingekauften Produkte ist unser Einfluss auf die Lieferant*innen bzw. Vorlieferant*innen stark begrenzt. Allerdings arbeiten wir hauptsächlich mit in Deutschland bzw. in der EU produzierenden Firmen zusammen, sodass wir bei den direkten Lieferant*innen davon ausgehen können, dass zumindest alle gesetzlichen Vorschriften eingehalten werden. Aufgrund langer Zusammenarbeit findet die Kommunikation in einem freundschaftlichen und transparenten Umfeld statt. Mit den Außendienstmitarbeiter*innen stehen wir in ständigen Kontakt (persönlich und per Mail o.ä.). Größere bzw. wichtige Lieferant*innen besuchen wir, wenn möglich, vor Ort, um uns selbst ein Bild von den Produktionsgegebenheiten und dem Arbeitsumfeld zu machen. Die Vorlieferant*innen haben wir bis dato nicht beurteilt. Bei der Vergabe von Leistungen an andere Unternehmen legen wir größten Wert auf persönliche Bekanntschaft und Regionalität. Die Beziehung zu Lieferant*innen erfolgt auf partnerschaftlicher Ebene.

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

Für diesen Punkt gibt es kein Evaluierungsprozedere. Wenn uns Probleme bekannt werden, scheuen wir uns nicht davor diese anzusprechen und evtl. auch Lieferantenbeziehungen zu beenden.

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

2022: 0 %

Hierüber können wir keine Angaben machen.

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

2022: 40 %

Unser größter Bedachungshändler ist als Genossenschaft konzipiert, an der wir als Unternehmen auch Anteile haben. Daher ist hier Transparenz und Partizipativität gegeben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Bei der Auswahl unserer Lieferant*innen haben wir großen Wert auf einen fairen und transparenten Umgang untereinander gelegt. Dies zeigt sich in sehr langjährigen Geschäftsbeziehungen. Das Augenmerk liegt hier auch auf Regionalität und "Made in Germany".

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aufgrund der Auswertung der Lieferantenfragebögen werden wir in der Zukunft die Zuliefererkette besser beurteilen können und die Möglichkeit haben, evtl. Lieferant*innen zu hinterfragen bzw. auszutauschen.

B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?
- Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?
- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?
- Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Berichtsantwort

Welche unterschiedliche Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?

Eigenmittel werden aktuell aus dem Gewinn generiert. Ziel unserer Geschäftstätigkeit ist, die Gewinne auch weiterhin so zu gestalten, dass Investitionen hieraus möglich sind.

Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?

Wir sind an unserem volumenmäßig größten Händler in Form von Genossenschaftsanteilen beteiligt. Die ausgeschütteten Dividenden fließen direkt wieder ins Unternehmen. Der Finanzierung durch kurzfristige Verbindlichkeiten über unsere Kreditor*innen stehen die Forderungen an unsere Kund*innen gegenüber. Es besteht mit der VR Bank Bayernmitte eG, an der wir auch mit Anteilen (allerdings untergeordnet) beteiligt sind, eine Kontokorrentvereinbarung. Mit verschiedenen Banken bestehen Leasingverträge für Fahrzeuge, Softwarelizenzen und dergleichen.

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?

Aktuell bestehen keine langfristigen Verbindlichkeiten.

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

Die Hauptfinanzpartner die Sparkasse Ingolstadt-Eichstätt sowie die VR Bank Bayernmitte eG sind gemäß *fairfinanceguide.de* als Unternehmen mit "ersten Schritten" zu bewerten. Unseren Hauptversicherer ist die R+V, die auch zur Genossenschaft der Volks- und Raiffeisenbanken gehören, würden wir ähnlich bewerten.

Verifizierungsindikatoren

Eigenkapitalanteil

2022: 66 %

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

2022: 24 %

Branchenquote Bau 2021 lt. Quelle "Statista 2023"

Fremdkapitalanteil

2022: 34 %

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart

2022:

Es bestehen im Fremdkapitalbereich lediglich kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditor*innen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Eigenkapitalquote hat sich in den letzten Jahren kontinuierlich gesteigert und stabilisiert.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Banken überprüfen
- Versicherungen überprüfen

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

- Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden, und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?
- Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Berichtsantwort

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

Für die Zukunft ist die Investition in eine firmeneigene PV-Anlage geplant. Außerdem soll die klimafreundliche Mobilität der Mitarbeiter*innen durch den Bau eines Fahrradunterstandes mit PV-Anlage zur Ladung von E-Bikes gefördert werden. Auch die Montage einer Wallbox ist in Planung. Für die Zukunft aller Mitarbeiter*innen wird das betriebliche Gesundheitsmanagement ausgebaut sowie eine betriebliche Altersvorsorge angeboten. Auch strategische Ausgaben in die Fortbildung der Mitarbeiter*innen sowie die Gewinnung neuer Mitarbeiter*innen werden geplant. Die großen Investitionen haben wir in der Tabelle in der Anlage zusammengefasst. Die Deckung dieser Zukunftsausgaben soll aus dem Gewinn erwirtschaftet werden. Durch Zuführung von Gewinn an die Kapitalrücklage wird die Risikovorsorge forciert.

Welche Ansprüche stellt der Eigentümer an Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Der Eigentümer bzw. Geschäftsführer erhält ein Gehalt und aus dem Gewinn eine Tantieme, die sich an der Höhe des Betriebsergebnisses orientiert. Nur wenn die Ergebnisse zur Deckung von Investitionen ausreichen, werden Tantiemen ausgeschüttet. Die soziale Absicherung des Eigentümers - auch auf das Alter gedacht - spielt hier eine Rolle.

Verifizierungsindikatoren

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben

2022: 77.050 €

Die Zukunfts- und Sanierungsausgaben haben wir in einer Tabelle aufgeführt.

Getätigte/r strategischer Aufwand/ strategische Ausgaben

2022: 75.000 €

Anlagenzugänge

2022: 28.000 €

Auszuschüttende Kapitalerträge

2022: 0 €

Auszuschüttende Kapitalerträge in % vom Stamm- oder Grundkapital

2022: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Durch die Umstellung der Betriebsform von e.K. auf GmbH ist die Mittelverwendung sehr genau abgegrenzt und ungeplante Privatentnahmen werden verhindert.

B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt?

Die Gewinnlage unseres Unternehmens war trotz schwieriger äußerer Umstände (Coronapandemie, Materialbeschaffungskrise u.ä.) einigermaßen stabil. Daher haben wir alle Arbeitsplätze erhalten können. Wir stellen gerne weitere Mitarbeiter*innen ein. Die tariflich vereinbarte Inflationsprämie haben wir aufgestockt und auch Mitarbeiter*innen bedacht, die laut Tarif keine Prämie erhalten hätten.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Berichtsfragen

- Welche Sanierungsziele am/ im eigenen Betrieb haben ein soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?
- Welche Investitionen wurden/werden konkret vorgenommenen?
- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

Berichtsantwort

Welche Sanierungsziele am/im eigenen Betrieb haben ein soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?

Die in der Tabelle "Zukunfts- und Sanierungsausgaben" aufgeführten Ziele haben alle entweder oder sowohl als auch ein soziales wie auch ein ökologisches Potenzial.

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

Der Finanzierungsbedarf wurde ebenfalls in o.g. Tabelle erfasst. Ob Förderprogramme genutzt werden können, ist noch nicht geprüft.

Welche Investitionen wurden/werden konkret vorgenommen?

- siehe Tabelle - Bereits in 2022, genauso wie in den Jahren zuvor, wurde in die Fortbildung von Mitarbeiter*innen investiert. Die Anschaffung eines Kickers für den Mitarbeiterraum trägt zum Teamgeist und dem sozialen Miteinander bei.

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

Wir beteiligen uns an unserem volumenmäßig größten Händler in Form von Genossenschaftsanteilen. Die ausgeschütteten Dividenden fließen direkt wieder ins Unternehmen.

Verifizierungsindikatoren

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs

2022:

Geplante Investition	Betrag (in €)
Planungen für 2023 - Tabelle	77.050
Fortbildungen	3.500
MA Kicker	420

Realisierung der ökologischen Investitionen

2022:

Getätigte Investition	Betrag (in €)	Anteil (in %)
Keine in 2022 - geplant für 2023	0	

Finanzierte Projekte

2022:

Projekt	Betrag (in €)	Anteil der Geldanlagen (in %)
Ankauf von Genossenschaftsanteilen DDE	11.000	

Insgesamt 40 Anteile

Fonds-Veranlagungen

2022:

Fonds	Betrag (in €)	Anteil der Geldanlagen (in %)
Keine	0	

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Für den Zeitraum 2022 wurden keine größeren Beträge in soziale oder ökologische Zukunfts- oder Sanierungsprojekte investiert. Gemäß unserer Tabelle (siehe Anlage) wird diese Tätigkeit in 2023 stark vergrößert.

Wie in jedem Jahr haben wir in die Fortbildung unserer Mitarbeiter*innen investiert - sowohl in die fachliche als auch in die persönliche Entwicklung. Zusätzlich haben wir durch die Investition in gemeinsame Teamevents unsere Strategie für ein gutes Miteinander weitergeführt. Hierzu diente auch die Anschaffung eines Kickers für den Sozialraum.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Siehe Tabelle

B3.2 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut oder dass zumindest eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut oder dass zumindest eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird?

Wir bestätigen, dass unser Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut. Unsere Tätigkeit fördert im Gegensatz die ökologische Sanierung bzw. den ökologischen Bau von Dächern (soweit wir auf die Auswahl der Materialien Einfluss nehmen können). Außerdem tragen wir durch den Einbau von PV-Anlagen zur Stärkung der erneuerbaren Energien bei.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Kontinuierlicher Austausch von Materialien gegen ökologisch sinnvolle Alternativen - z. B. im Bereich Dämmstoffe.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Eigentum und Mitentscheidung

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie wird die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet?
- Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?

Berichtsantwort

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

Der Eigentümer der GmbH ist der Geschäftsführer Johann Spindler. Er hält 100 % der Anteile. Aus dieser Eigentümerschaft ergeben sich alle gesetzlich relevanten Rechte, Pflichten und Haftungen gegenüber unseren Mitarbeiter*innen, Kund*innen, Lieferant*innen, Finanzpartner*innen und der Gesellschaft. Darüber hinaus fühlen wir uns nicht nur aus gesetzlichen, sondern aus ethischen Gründen diesen Berührungsguppen verpflichtet.

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

Die Vertretung aus rechtlicher Sicht hat die Prokuristin. Sie ist vollumfänglich vertretungsberechtigt. Entscheidungen werden gemeinsam und auf Augenhöhe getroffen. Die Prozesse der Entscheidungsfindung gemeinsam mit den Mitarbeiter*innen werden in C4 beschrieben.

Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie wird die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet?

- entfällt –

Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird diese Veränderung abgesichert?

Die Firma Spindler war seit der Gründung 1990 und bis April 2022 zu 100 % im Besitz von Herrn Karl Spindler e.K. und wurde von ihm und seiner Frau geleitet. Seit 1992 arbeitet der jetzige Eigentümer und seit 1999 die derzeitige Prokuristin im Unternehmen

mit. Die Firma wird seit 2003 federführend von Hans und Jutta Spindler geführt. Zum Mai 2022 wurde die Firma in eine GmbH umgewandelt und an Herrn Johann Spindler zu 100 % übergeben. Wir verstehen uns als Familienunternehmen, in dem alle Mitarbeiter*innen dazugehören. Aktuell gibt es aus der eigenen Familie keinen Nachfolger. Für die Zukunft ist aber angedacht, die Fortführung des Unternehmens aus den eigenen Reihen zu organisieren.

Verifizierungsindikatoren

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %)

2022:

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	100
Führungskräfte	0
Mitarbeitende	0
Kund*innen	0
Lieferant*innen	
weiteres Umfeld	
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	0
Summe	100

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umstrukturierung in eine GmbH

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind?

Wir bestätigen hiermit, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind. Die Firma Spindler ist seit Gründung ein inhabergeführtes Familienunternehmen und das soll auch in Zukunft so bleiben. Der jetzige Eigentümer Johann Spindler hat aus der Familie

heraus momentan keine Nachfolger. So ist es für die Zukunft denkbar, dass sich aus den jetzigen Mitarbeiter*innen heraus ein neuer Geschäftsführer und evtl. auch ein Nachfolger als Eigentümer*in findet.

C Mitarbeitende

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?

Wir sind ein Familienbetrieb und verstehen unser gesamtes Unternehmen als Familie. Bei uns ist man nicht nur eine Personalnummer, sondern ein Teil der Familie. Auf dieser Grundlage kommunizieren wir auf Augenhöhe miteinander - egal ob Azubi oder Projektleiter*in. Wir kennen die meisten unserer Stärken und Schwächen und versuchen diese so einzusetzen, dass alle davon profitieren. Selbstverständlich gibt es - wie in jeder Familie - auch mal Reibereien und Streitigkeiten. Diese Konflikte beheben wir auf einer respektvollen Ebene, so dass beide Seiten am Ende zufrieden sind und wir uns insgesamt weiterentwickelt haben. Außerhalb der Arbeit grillen wir gern zusammen oder gehen zum Eishockey oder Fußball.

Unser familiäres Verhältnis beschränkt sich dabei nicht auf Kolleg*innen, die den Namen Spindler tragen: wir empfangen Mitarbeiter*innen wie Kund*innen mit offenen Armen und laden sie herzlich dazu ein, Teil unserer kleinen „Familie“ zu werden.

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

Alle Mitarbeiter*innen werden gemäß den gesetzlichen Vorschriften regelmäßig vom arbeitsmedizinischen Dienst der Bau BG untersucht. Jährlich halten wir eine Sicherheitsunterweisung ab. Alle notwendigen Geräte und Vorrichtungen zur Arbeitssicherheit stehen zur Verfügung. Im Büro stehen ergonomisch geformte Stühle zur Verfügung. Wir fördern die Mitgliedschaft in Fitnessstudios. Bei gesundheitlichen Problemen stehen wir immer für ein Gespräch zur Verfügung - besonderen Wert legen wir dabei auf die psychische Gesundheit unserer Mitarbeiter*innen. Mit den Krankenkassen haben wir das BGM erörtert und den ab sofort jährlich stattfindenden Gesundheitstag geplant. Dabei stehen beim ersten Mal Resilienz und gesunde Ernährung im Vordergrund.

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

Jeder Mensch - egal wo er oder sie herkommt - ist besonders. Daher spielt Diversität bei uns eine besondere Rolle. Unsere Mitarbeiter*innen kommen aus 8 verschiedenen Ländern - darunter auch ein ehemaliger Flüchtling aus Afghanistan, der trotz großer (bürokratischer) Schwierigkeiten bei uns seine Ausbildung erfolgreich abgeschlossen hat. Für uns spielt es überhaupt keine Rolle, woher jemand kommt. Für uns ist wichtig,

dass er oder sie zur Familie passt und das entscheiden wir alle gemeinsam.

Verifizierungsindikatoren

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

2022: 9 Jahre

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

2022:

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Fachliche Weiterbildung	Mitarbeitende 5	8
Erste-Hilfe-Kurs	Mitarbeitende 4	8
Sicherheitsunterweisung Kran	Mitarbeitende 6	8
Zukunftstag	Führungsebene 2	10
SDG Workshop	Mitarbeitende 15 + Führungsebene 2	6

Gesundheits-/ Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)

2022:

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
Gesamt	7,9

Die Kranktage sind für alle MA angegeben, da kein MA über 55 Jahre alt ist. Es sind hier noch 760 Std. Krankstunden mit Krankengeld nach einem Arbeitsunfall enthalten.

Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen

2022: 0 Tage

Wir gehen davon aus, dass ein MA, der sich krank meldet auch krank ist.

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

2022:

Unfallart / Ausmaß	Anzahl
Arbeitsunfall aus 2021 - KOL	1
Arbeitsunfall KML	3

* KOL = Krank ohne Lohnfortzahlung (Krankengeldbezug); KML = Krank mit Lohnfortzahlung

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität: Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/ psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant)

2022:

Im Vorfeld möchten wir feststellen, dass die sexuelle Orientierung unserer Mitarbeiter*innen weder erhoben (datenschutzrechtlich verboten) noch beurteilt wird. Sie spielt keine Rolle. Die Religionszugehörigkeit wird aufgrund der Lohnabrechnung erfasst. Wir beschäftigen derzeit 8 römisch-katholische, 4 evangelisch-lutherische und 12 Mitarbeiter*innen ohne Religionszugehörigkeit bzw. muslimischen Glaubens. Von allen Mitarbeitenden sind 8 nicht in Deutschland geboren. Wir beschäftigen 19 Männer und 5 Frauen. Bis auf eine Mitarbeiterin und einen Mitarbeiter sind alle Beschäftigten max. 50 Jahre alt. Aufgrund unserer Tätigkeit im Baubereich haben wir keine Mitarbeiter*innen mit körperlichen Einschränkungen.

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

2022:

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
BG Vorsorgeuntersuchung	1,5

Durchschnittliche Karenzdauer von Müttern

2022: 0 Monate

Durchschnittliche Karenzdauer von Vätern

2022: 0 Monate

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nach der Beschreibung der SDG´s für unser Unternehmen, haben wir den Dialog mit der Krankenkasse im Bereich BGM verstärkt und die zukünftige Zusammenarbeit definiert.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Jährlicher Gesundheitstag für alle MA mit jeweils wechselnden Themenbereichen; evtl. Kochschule zum Thema "Gesunde Brotzeit";

C1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen?

Wir bestätigen, dass wir keine Strukturen oder Verhaltensweisen in unserem Unternehmen dulden oder unterstützen, die zu menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen führen. Wir verstehen uns als Familie, die für jede und jeden innerhalb dieser Organisation das Beste möchte und alles daransetzt, die persönliche Entwicklung zu fördern.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?
- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?
- Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?
- Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
- Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Berichtsantwort

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

Wir halten uns (mindestens) an die Tarifvorgaben des LIV Dachdecker in Bayern. Somit ist die regionale Anpassung gegeben. Generell liegt der Mindestlohn laut diesem Tarifvertrag schon bei € 14,50. Zusätzlich bieten wir diverse übertarifliche Zuschläge und Sonderzahlungen (z. B. Verpflegungsmehraufwand, Werbekostenzuschüsse, Inflations- und Coronaprämien, baV usw.).

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

Die Grundlage unseres Handelns ist ein Geben und Nehmen. Gute Leistungen werden auch mit höherem Gehalt honoriert. Außergewöhnlichen Belastungen für Mitarbeiter*innen besprechen wir persönlich und finden entsprechende Lösungen (z. B. Zuschüsse für Führerschein o.ä.).

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Die Arbeitszeiten werden digital erfasst. Mitarbeiter*innen bzw. Projektleiter*innen erfassen die Zeiten über eine mobile Zeiterfassung. Diese werden in die Personalabrechnung übertragen. Die Arbeitslast wird immer auf das ganze Team verteilt - entsprechend den Kenntnissen und Fähigkeiten.

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Wir sind der Meinung, dass man nach regulären 40 Stunden Arbeit pro Woche eine Pause braucht. Generell bringt man danach nicht wirklich mehr Leistung. Daher halten wir uns fast immer an diese Vorgabe. Da unsere Tätigkeit stark witterungsabhängig ist, ergibt es sich im Sommer partiell, dass ab und zu nicht 40 sondern evtl. 42 - 45 Stunden gearbeitet werden. Wir vermeiden diese Überstunden soweit es die Baustellensituation zulässt. Der Ausgleich erfolgt umgehend.

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

Wir bieten unseren Mitarbeiter*inne die Möglichkeit an Sport- und kulturellen Veranstaltungen teilzunehmen.

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

Da wir immer in Teams arbeiten, kann die Arbeitszeit nicht individuell bestimmt werden. Aufgrund gesetzlicher und tariflicher Vorgaben (S-KUG, DachKUG usw.) sind wir an Arbeitszeiten gebunden. Wenn sich aus privaten Situationen heraus Arbeitszeitänderungen anbieten, klären wir das im persönlichen Gespräch.

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Generell bieten wir Vollzeit-, Teilzeit- und Minijobs an.

Wenn aus privaten Situationen heraus andere Arbeitszeitmodelle notwendig werden, klären wir das im persönlichen Gespräch. So haben wir zum Beispiel einem alleinerziehenden Mitarbeiter, der morgens erst seine Kinder zur Kita bringen musste, die Möglichkeit gegeben, seine Arbeitszeit später zu beginnen. Da wir ein Familienbetrieb sind, finden wir bei Bedarf eine individuelle Lösung.

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

Wie bereits beschrieben, halten wir uns an die vorgegebenen Wochenstunden und gewähren damit einen Ausgleich zum Arbeitsalltag. Bei der Urlaubsplanung berücksichtigen wir soweit wie möglich die Wünsche unserer Mitarbeiter*innen. Dabei versuchen wir durch das Nutzen von "Brückentagen" soviel freie Zeit wie möglich zu generieren. Aufgrund unserer witterungsbedingten Tätigkeit haben unser Mitarbeiter*innen im Winter generell mehr freie Zeit.

Verifizierungsindikatoren

Höchstverdienst

2022: 11.900 €

Die Tantieme ist eingerechnet. Der GF arbeitet wesentlich mehr als 40 Stunden Vollzeit (wie bei MA mit Mindestverdienst). Selbstverständlich ist uns bewusst, dass auch der GF die Work-life-balance beachten muss, aber es wird hier immer mehr Arbeit anfallen, als bei anderen Mitarbeiter*innen. Daher sind wir der Ansicht, dass sich die Mehrarbeitszeit eigentlich auch in der Spreizung niederschlagen müsste. Wenn man dies berücksichtigt wäre die Spreizung 2022 ca. 1:3,5.

Mindestverdienst

2022: 2.815 €

Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst)

2022:

1:4,2

Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

2022:

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Ingolstadt	2.500

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z.B. 38 Stunden)

2022: 40 Stunden

Individuelle Indikatoren

Saisonarbeitszeiten

Aufgrund unserer Tätigkeit im Dachdecker- und Spenglerhandwerk - also im Bausektor - ergibt es sich, dass im Sommer etwas mehr gearbeitet wird als im Winter. Durch die Reduzierung der Arbeitsstunden im Winter (zum Teil durch S-KUG) wird ein Ausgleich geschaffen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum wurden alle Löhne und Gehälter um mind. 5 % erhöht und damit an die gestiegenen Lebenshaltungskosten angeglichen.

Soweit dies durch die Corona-Einschränkungen in diesem Jahr möglich war, haben wir mehrere kleinere Firmenfeste gefeiert, einen SDG-Workshop veranstaltet und haben Sportveranstaltungen besucht.

Andere Arbeitszeitmodelle haben wir mit den entsprechenden Mitarbeitern besprochen.

Der Urlaub kann - soweit aus gesetzlichen bzw. tariflichen Vorgaben möglich - individuell gestaltet werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Resilienzförderung
- Neue Arbeitszeitmodelle (4-Tage-Woche)

C2.2 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden?

Wir bestätigen, dass wir mit unseren Mitarbeiter*innen nur Verträge schließen, die die Existenzsicherung gewährleisten und die individuell an die persönliche Situation angepasst sind.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Das Nachweisgesetz (NachwG) wurde in seiner überarbeiteten Fassung umgesetzt.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

- Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz?
- Welche Verkehrsmittel benützen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden, gibt es Weiterbildungsangebote?

Berichtsantwort

Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft Ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz?

Zuerst müssen wir bei uns im Unternehmen unterscheiden zwischen dem Büroteil und den Mitarbeiter*innen auf den einzelnen Baustellen. Diese sind den ganzen Arbeitstag außer Haus und kommen erst am Abend wieder zurück an das Lager.

Büroteil: Die Mitarbeiter*innen im Büro konsumieren lediglich Getränke und gelegentlich ein paar Kekse. Die Getränke sind von einer regionalen Brauerei und werden ausschließlich in Mehrweg-Glasflaschen geliefert. Den Kaffee beziehen wir über einen regionalen Händler. Die Bohnen haben Bioqualität und ein Fairtrade-Siegel. Die Kekse sind - soweit möglich - ohne konventionelles Palmöl.

Bei Betriebsfeiern beziehen wir das Essen von einem ortsansässigen Caterer, der Wert auf regionale Lebensmittel legt. Wenn wir selbst Lebensmittel verarbeiten, kaufen wir bei einem regionalen Metzger ein, der Wert auf das Tierwohl legt.

Baustellen: Den Mitarbeiter*innen, die überwiegend auf verschiedenen Baustellen unterwegs sind, stellen wir im Sommer Getränke zur Verfügung (siehe oben). Momentan nehmen wir noch keinen Einfluss auf die Gestaltung der Pausenverpflegung, möchten mit der Sensibilisierung für dieses Thema aber im nächsten Jahr starten.

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

Einige Mitarbeiter*innen (besonders die Azubis) kommen mit öffentlichen Verkehrsmitteln zur Arbeit, ein Teil fährt mit dem Rad bzw. E-Bike und der Rest kommt mit dem Pkw bzw. den Firmenfahrzeugen.

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden, gibt es Weiterbildungsangebote?

Wir möchten die Nutzung von Fahrrädern fördern indem wir (als Azubiprojekt) einen neuen Fahrradunterstand mit der Möglichkeit der Ladung von E-Bikes (über PV) konstruieren. Die Sensibilisierung für ökologische und regionale Pausenverpflegung nehmen wir in unser BGM auf. Hierzu gibt es ab 2023 Weiterbildungsangebote, die dann jährlich fortgesetzt werden.

Dienstreisen sollen, wenn möglich, mit öffentlichen Verkehrsmitteln (Bahn) durchgeführt werden.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

2022: 50 %

Der Hauptteil der MA arbeitet nicht am Standort. Daher ist hier die Erhebung nur für den Büroteil erfolgt.

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

2022:

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	
Rad	26
PKW	58
Öffentliche Verkehrsmittel	16
Summe	

Die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist aufgrund des Angebots zum Teil sehr eingeschränkt.

Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden

2022: 25 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Umstellung auf Bio/Fairtrade Kaffee erfolgte im Berichtszeitraum. Die Planung des BGM in Bezug auf die gesunde/regionale/ökologische Lebensmittel bzw. Pausenverpflegung ebenso.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Umstellung der Firmenfahrzeugflotte auf ökologisch sinnvollere Fahrzeuge
- Fahrrad oder E-Bike Förderung inkl. Fahrradunterstand mit Lademöglichkeit
- Sensibilisierung der Mitarbeiter*innen für gesunde und ökologische Pausenverpflegung

C3.2 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird?

Nein

Vertiefte Berichtsfragen

- Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird?

Nein.

Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

Es sind Fahrzeuge der Oberklasse vorhanden.

Es gibt Geschäftsfahrzeuge der sogenannten Oberklasse (>180g/km CO₂)

2022: Ja

- Regeln, die ökologischer Nachhaltigkeit entgegenstehen
- Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist
- Konsumangebote mit hohem Verpackungsanteil trotz möglicher Alternativen
- Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte
- Im Betrieb ist ein nachlässiger Umgang mit Abfällen sichtbar, z.B. keine Abfalltrennung (Hausmüll, Betriebsabfälle, Schrott ohne Trennung in Materialien etc.)

2022: **Nein**

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Nach dem Auslauf der bestehenden KFZ-Leasingverträge, werden die Fahrzeuge durch ökologisch sinnvolle Alternativen ersetzt.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Berichtsfragen

- Welche wesentlichen/ kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?
- Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?
- Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?
- Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?

Berichtsantwort

Welche wesentlichen/kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?

Unsere Projektleiter*innen sind komplett in die Kalkulation der Projekte, den Einkauf und die Abrechnung involviert und haben Zugang zu allen Daten. Die Fachgesell*innen erhalten die für ihr Projekt relevanten Daten. Die Mitarbeitenden im Büro haben Zugang zu allen Geschäftsdaten. Wir halten uns dabei an datenschutzrechtliche Grundlagen.

Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?

Die Vorauswahl aller Mitarbeiter*innen (egal ob Führungskraft oder Azubi) übernimmt aus Prozessgründen die Geschäftsführung. Die Entscheidung, ob jemand zu uns passt, wird nach dem "Ausprobieren" (Probearbeit) bzw. in der Probezeit zuerst im jeweiligen Team und dann zwischen Projektleiter*innen und GF gefällt.

Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?

Die Einstellung von neuen Mitarbeiter*innen - wie oben beschrieben - wird mehrheitsdemokratisch entschieden. Die Budgetplanung für Marketing/Werbung, Investitionen in BGA und die Entscheidung über Methoden und Arbeitsweisen erfolgt mit den Projektleiter*innen bzw. der Assistenz der GF. Wir sind der Meinung, dass nur die Mitarbeiter*innen, die sich tagtäglich mit einer Sache beschäftigen (also nicht unbedingt die GF) auch die richtigen Entscheidungen treffen können. Die Meinung des jeweiligen Teams wird durch die Projektleiter*innen demokratisch durch Anhörung bzw. ggf. durch Mitwirkung ermittelt.

Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?

Wir haben mit dieser Vorgehensweise durchweg positive Erfahrungen gemacht. Wenn Entscheidungen gemeinsam getroffen werden, kann auch jeder und jede dahinter stehen und die Ziele entsprechend umsetzen.

Verifizierungsindikatoren

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung)

2022: 65 %

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden

2022: 90 %

Wir haben hier nicht nur die Führungskräfte, sondern alle Einstellungen inkl. Azubis berücksichtigt;

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung getroffen werden

2022: 80 %

Das jeweilige Team wirkt bei der Entscheidung mit. Die Projektleiter*innen + GF treffen eine mehrheitsdemokratische Entscheidung über die o.g. Punkte.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Durch die Anschaffung von neuen Tablets und die entsprechende Vernetzung sind die Firmendaten für die Mitarbeiter*innen leichter zugänglich. Wir haben außerdem eine firmeneigene Cloud, in der relevante Daten zur Verfügung gestellt werden. Wir führen jedes Jahr mit allen Mitarbeiter*innen persönliche Gespräche, in denen wir alle Aspekte der Zusammenarbeit erörtern und - falls vorhanden - Probleme gemeinsam lösen. Wir sind das ganze Jahr über für alle Mitarbeiter*innen jederzeit ansprechbar. Bei einer externen Mitarbeiterbefragung hat sich ergeben, dass sich unsere Mitarbeiter*innen noch mehr "Chefgespräche" wünschen. Dies werden wir selbstverständlich berücksichtigen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Die regelmäßige Absprache mit den Projektleiter*innen in Form eines wöchentlichen Jour Fixe muss stringenter eingehalten werden.
- Die Einbindung der Azubis in Prozesse kann durch turnusmäßige Besprechungen verbessert werden.
- Die Mitarbeiterbefragung hat ergeben, dass sich unsere Mitarbeiter*innen noch mehr Gespräche mit den Vorgesetzten wünschen.

C4.2 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt?

Keiner unserer Mitarbeiter*innen ist mit der Forderung nach einem Betriebsrat an uns herangetreten.

Aufgrund unserer Struktur als mittelständisches Familienunternehmen, in dem wir alle per Du und auf Augenhöhe miteinander sprechen können, werden Probleme und Wünsche einfach direkt besprochen und eine Lösung, die für alle Seiten tragbar ist, gefunden.

D Kund*innen und Mitunternehmen

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Ethische Kund*innenbeziehung

Berichtsfragen

- Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?
- Welche Kund*innengruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, damit diese auch in den Genuss der Produkte/ Dienstleistungen kommen können?

Berichtsantwort

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

Wir gewinnen Kund*innen über Marketingmaßnahmen in örtlichen Tages- und Ortsteilzeitungen, SocialMedia Posts, Messen und Ausstellungen, über Mund-zu-Mund-Werbung bzw. positive Online-Bewertungen, aber auch durch die Werbung an unserem Firmengebäude, unseren Fahrzeugen und zwei Nahverkehrsbussen. Außerdem gewinnen wir Kund*innen durch die Sponsorentätigkeit bei verschiedenen Vereinen. Die beste Werbung ist ein zufriedener Kunde oder eine zufriedene Kundin, der bzw. die das auch weitererzählt. Unsere Stammkund*innen kennen wir zum größten Teil persönlich. Ihre Daten und alle ausgeführten Arbeiten sind bei uns gespeichert, sodass wir immer wieder - ohne großen Aufwand für die Kund*innen - darauf zurückgreifen können. Stammkund*innen erhalten (soweit die Daten bekannt sind) eine persönliche Geburtstagskarte. Ein großer Teil unserer Tätigkeit liegt im B2B-Geschäft. Hier steht die Vernetzung im Vordergrund, um neue Kund*innen zu gewinnen.

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

Wir verstehen unser Unternehmen als Familie - und das gilt nicht nur für Menschen, die den Namen Spindler tragen. Es gilt sowohl für unsere Mitarbeiter*innen als auch für unsere Kund*innen. In einer Familie begegnet man sich auf Augenhöhe und geht respektvoll miteinander um. Daher liegt uns zuerst am Herzen, unsere Kund*innen optimal und mit Herzblut zu beraten und zu bedienen. Selbstverständlich möchten wir für unsere Arbeit auch respektvoll entlohnt werden, aber erst wenn unsere Kund*innen komplett zufrieden sind und sich mit unserer Arbeit wohlfühlen. Zum Beispiel beraten wir unsere Kund*innen im Bereich der PV-Anlagen dahingehend, erst mit kleineren, kostengünstigen Speichern zu beginnen und erst nach Auswertung von Leistungsdaten evtl. eine Anpassung vorzunehmen. In den letzten Jahren haben sich Sturm- und

Hagelschäden gehäuft. Hier stehen wir mit unserem Serviceteam schnell und unkompliziert zur Verfügung, um weitere Schäden zu vermeiden. Diese Arbeiten stellen für uns einen großen organisatorischen Aufwand dar, aber trotzdem möchten wir diesen Service für unsere Kund*innen auch in der Zukunft anbieten.

Welche Kund*innengruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, damit diese auch in den Genuss der Produkte/ Dienstleistungen kommen können?

Auf den verschiedenen Kanälen (Website, Telefon usw.) haben eigentlich alle Menschen die Möglichkeit, sich Informationen zu unseren Dienstleistungen zu beschaffen. Auch der Zugang zu unserem Büro ist barrierefrei. Zudem besteht die Möglichkeit von Videoberatungen. Für einkommensschwache Menschen besteht sicherlich eine Erschwernis. Allerdings versuchen wir - soweit möglich - durch die Vermittlung von staatlichen Förderungen und individuellen Zahlungsplänen sowie dem bewussten Besinnen auf das technisch notwendige Vorgehen, auch diesen Gruppen eine Dachsanierung o.ä. zu ermöglichen. Unsere Serviceabteilung ist außerdem bestrebt, soweit das aus technischen und ökonomischen Gründen möglich ist, einen Schaden immer erst zu reparieren oder nur einen Teil zu sanieren. So sparen wir unseren Kund*innen zum einen Geld und zum anderen verhindern wir eine überproportionale Verschwendung von Ressourcen. Der Erhalt von bestehenden Gebäuden steht für uns im Vordergrund.

Verifizierungsindikatoren

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

2022:

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Werbe- und Marketingmaßnahmen insgesamt	50.000	100
Bastelstation	1.300	2,6
Gewerbemesse	4.000	8
Vereinssponsoring	10.500	21

Fixe Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2022: 0 %

Es gibt keine extra Verkaufsmitarbeitende

Umsatzabhängige Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2022: 0 %

siehe oben

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/ nein?

2022: Nein

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innengruppen gekauft wird

Anteil statistisch nicht erhoben bzw. nicht erhebbar;

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum haben wir unseren Reparaturauftrag auf der Webseite verbessert und einen Kostenrechner integriert, bei dem Kund*innen selbst eine erste Kostenschätzung vornehmen können. Auf der Gewerbemesse Manching haben wir QR-Codes am Stand integriert, damit der Zugang zu Produktinformationen erleichtert wird.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Reparaturauftrag auf Website anpassen
- Kostenrechner für PV-Anlage in Website implementieren
- Stammkund*innen spezifisch informieren

D1.2 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden?

Wir bestätigen, dass wir keine unethischen Werbemaßnahmen durchführen. Wir begegnen unseren Kund*innen respektvoll auf Augenhöhe.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?
- In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Berichtsantwort

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

Wir kooperieren im Bereich Energiebedarfsberechnung mit einer Energieberatung, im Bereich PV-Anlagen mit einem Dachdeckerkollegen aus der Region und für Drohnenaufnahmen mit einer entsprechenden Firma, ebenfalls aus der Region. Außerdem kooperieren wir bei Bauvorhaben, die für uns zu weit im Norden Bayerns bzw. für den Kollegen zu weit im Süden liegen ebenfalls mit einem Dachdeckerkollegen. Kooperation findet auf B2B-Ebene mit Architekturbüros in der Region statt. Das Ziel ist dabei, für unsere Kund*innen die besten Lösungen zu finden und umzusetzen.

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

Wie in allen anderen Bereichen auch (Kund*innen, Mitarbeiter*innen, Lieferant*innen usw). helfen wir, wenn wir gefragt und gebraucht werden. Bei Hilfe steht der eigene Nutzen nicht im Vordergrund. Zum Beispiel helfen wir uns mit Kolleg*innen unbürokratisch mit spezifischen Geräten aus.

Verifizierungsindikatoren

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

Hierzu gibt es keine verifizierten Erhebungen, daher ist keine Angabe möglich.

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

Hierzu gibt es keine verifizierten Erhebungen, daher ist keine Angabe möglich.

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

Hierzu gibt es keine verifizierten Erhebungen, daher ist keine Angabe möglich.

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

2022:

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

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Nein

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

Landesinnungsverband der bayerischen Dachdecker; Dachdeckerinnung München-Oberbayern

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2022:

Unternehmenskategorie	Anzahl der Arbeitskräfte	Mitarbeitendenstunden
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0

Es wurden im Berichtsjahr 2022 keine Arbeitskräfte weitergegeben.

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2022:

Unternehmenskategorie	Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0

Es wurden im Berichtsjahr 2022 keine Aufträge weitergegeben.

Wie hoch ist die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2022:

Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0	0

Im Berichtsjahr 2022 wurden keine Finanzmittel weitergegeben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Bereich PV-Anlagen wurde die Zusammenarbeit mit einem Dachdecker- sowie einem Zimmererkollegen intensiviert.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Kooperation mit regional ansässigem Zimmererkollegen im Bereich Spenglerei und Abdichtungsarbeiten

D2.2 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmern komplett verzichtet wird?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmern komplett verzichtet wird?

Wir bestätigen, dass wir Mitunternehmern respektieren und entsprechend unserer ethischen Grundhaltung behandeln.

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

D3.1 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?
- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?
- Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?
- Durch welche Strategien und Maßnahmen wird maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?
- Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert?

Berichtsantwort

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

Die genauen Auswirkungen können wir nicht definieren, da sie nicht in ihrer Gesamtheit erhoben werden. Wir verarbeiten lediglich eingekaufte Produkte in der Ausführung unserer Dienstleistungen. Bezüglich der ökologischen Auswirkungen sind wir auf die Daten unserer Lieferant*innen angewiesen. Die gesamte Dienstleistung kann zum

Beispiel in Form eines bauphysikalischen Gutachtens (Energieberater) bewertet werden. Die einzelnen Materialien sind über Produktdatenblätter gekennzeichnet. Wir müssen hier auf das Lieferkettengesetz verweisen. Wir nutzen - soweit dies technisch und rechtlich zulässig ist - immer ökologisch sinnvolle Alternativen. Unsere gesamte Dienstleistung soll ja vom Sinn her einen ökologischen Mehrwert (z. B. durch den Einbau von Wärmedämmungen) erzielen.

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

Wir prüfen stetig den Markt und die Verfügbarkeit auf ökologisch sinnvolle und nachhaltige Produkte sowie Ausführungsvarianten. Zum Beispiel haben wir im Berichtszeitraum mit der Verwendung von Dämmstoffen aus Biomasse begonnen. Ebenso nehmen wir Einfluss auf Hersteller*innen, um zum Beispiel Verpackungsmüll zu vermeiden. Wir versuchen - soweit verfügbar - eher regionale Produkte zu verwenden. Um Entsorgungsauswirkungen zu reduzieren, versuchen wir immer erst eine Reparatur bzw. Sanierung unter Beibehaltung des Altaufbaus. Falls Materialien entsorgt werden müssen, versuchen wir - soweit möglich - eine sortenreine Trennung vorzunehmen. Die Entsorgung erfolgt immer durch einen regionalen, zertifizierten Fachbetrieb. Durch den Einsatz von DMS-Systemen sowie entsprechender Software konnten wir den Einsatz von Papier stark reduzieren, ebenso durch den Übergang zum strikten Mailverkehr.

Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?

Schon aus betriebswirtschaftlichen Überlegungen heraus, setzen wir Materialien effizient ein und versuchen durch gute Planung und Abstimmung Überbestellungen zu vermeiden. Um dieses Verhalten noch besser zu etablieren, schulen wir unsere Mitarbeiter*innen regelmäßig und setzen zur Aufmaßerstellung moderne Softwaresysteme ein. Durch die - wenn möglich - Verhinderung von Abrissarbeiten mit Hilfe von Reparaturen oder Sanierungen erreichen wir Suffizienz. Wir denken Circular Economy gerne weiter und setzen auf neue Produkte. Wie bereits beschrieben, gibt es Ansätze von Hersteller*innen, die ausgebautes (sortenreines) Altmaterial zurücknehmen und dem Produktionskreislauf wieder zuführen. Zum anderen gibt es bereits Wärmedämmungen, in denen Rohstoffe aus "Abfallprodukten" (zum Teil auch organisch) aus anderen Produktionen verarbeitet werden.

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

Diese Förderung geschieht durch oben beschriebene Maßnahmen.

Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert?

Die Erstkommunikation erfolgt meist online, womit unnötige Fahrten und Papierverbrauch vermieden werden. Im Gespräch mit unseren Kund*innen wird immer erörtert, in wie weit auf den Abriss einer bestehenden Dachkonstruktion verzichtet werden kann. Wir weisen immer auf Alternativmaterialien hin.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wie bereits oben beschrieben, haben wir damit begonnen, Dämmstoffe aus Biomasse zu verwenden. Außerdem haben wir die Montage von PV-Anlagen (hergestellt in Deutschland) forciert.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ersatz von Materialien durch ökologisch sinnvolle Alternativen im Bereich Wärmedämmstoffe
- Ersatz von Materialien durch ökologisch sinnvolle Alternativen im Bereich Abdichtungsmaterialien

D3.2 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt?

Aus technischen Gründen müssen wir für bestimmte Arbeiten Materialien einsetzen, die ökologisch nicht unbedenklich sind. Allerdings tun wir dies nur!!! wenn es keine andere technisch und rechtlich zugelassene Alternative gibt. Unsere Dienstleistung zielt ja - vor allem im Sanierungsbereich - immer darauf ab, Energie einzusparen und das Gebäude nachhaltig instand zu setzen. Daher bestätigen wir, dass wir über diese Notwendigkeiten hinaus keine unverhältnismäßigen ökologischen Auswirkungen in Kauf nehmen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Durch die kontinuierliche fachliche Weiterbildung sind wir in der Lage immer mehr Produkte durch ökologisch sinnvollere Alternativen zu ersetzen.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz

Berichtsfragen

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?
- Werden Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?
- Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?

Berichtsantwort

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

Als Dienstleistungsunternehmen im Handwerk steht die Kommunikation mit unseren Kund*innen für uns an oberster Stelle. Im Vorfeld einer jeden Maßnahme finden wir auf der Basis von Wünschen, Budget und technischen Möglichkeiten eine gemeinsame Lösung. Der Erstkontakt findet hierbei oft online statt. Danach werden alle Absprachen persönlich und im Normalfall vor Ort getroffen. Im Reparaturbereich sind viele Informationen bereits in unserem Serviceauftrag festgehalten. Die weitere Kommunikation findet dann mit unseren Servicetechniker*innen vor Ort statt.

Werden Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?

Sehr gerne nehmen wir Anregungen unserer Kund*innen auf und überprüfen die Umsetzbarkeit. Bis dato gab es allerdings diesbezüglich keine Hinweise.

Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?

Da wir als rein verarbeitendes Unternehmen agieren, können wir die genauen Produktinformationen aufgrund der Vielzahl der eingesetzten Materialien nicht im Detail veröffentlichen. Selbstverständlich stellen wir unseren Kund*innen aber bei Bedarf die gewünschten Informationen (Produktdatenblätter etc.) zur Verfügung. Über Fachunternehmererklärungen bestätigen wir auch die eingesetzten Materialien. Die grobe Preisfindung ist öffentlich über unseren Kostenrechner auf der Website zugänglich, ebenso die Preise für unsere Serviceabteilung.

Verifizierungsindikatoren

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

2022: 0

Hierzu gibt es keine verifizierten Erhebungen.

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

Siehe oben

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

Wie oben bereits beschrieben, sind die Preise für unsere Serviceangebote sowie die Kostenschätzung für Sanierungen öffentlich zugänglich. Eine Angabe über den Anteil kann hier nicht erfolgen, da nicht erhoben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D4.2 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und dass auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen?

Nein

Vertiefte Berichtsfragen

- Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?
- Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, 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?

Nein.

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

Wir verarbeiten Produkte, die Schadstoffe enthalten - zum Beispiel im Bereich Türabdichtungen mit Flüssigkunststoff. Selbstverständlich weisen wir unsere Kund*innen darauf hin und stellen die entsprechenden Produktdatenblätter zur Verfügung.

Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

Nein, wir halten alle Verarbeitungsrichtlinien und Schutzmaßnahmen ein. Im eingebauten Zustand geht von diesen Stoffen keine Gefahr für Mensch und Umwelt aus.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes)

2022: 10 %

Anteil geschätzt

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Durch Recherche und Weiterbildungsmaßnahmen sind wir kontinuierlich auf der Suche nach ökologischen und technisch einwandfreien Alternativprodukten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ersatzmaterialien für schadstoffhaltige Produkte suchen

E Gesellschaftliches Umfeld

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe weiterführende Informationen) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?
- Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?
- In welcher Form dienen unsere Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
- Welche gesellschaftlichen und ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unsere Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert (Orientierung an UN-Entwicklungszielen, siehe vertiefende Online-Informationen)?

Berichtsantwort

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

Ein sicheres Dach über dem Kopf zu haben erfüllt das menschliche Grundbedürfnis nach Schutz, Sicherheit und Geborgenheit. Die Erstellung und Erhaltung von Dächern jeglicher Art ist unsere Kernkompetenz. In Zusammenhang mit energetischen und ökologischen Maßnahmen sorgen wir außerdem für das Bedürfnis nach Lebenserhaltung, Gesundheit und Wohlbefinden. Durch die große Auswahl an Materialien und Ausführungsdetails können unsere Kund*innen auch Ihre Kreativität auspielen - das gilt im Übrigen auch für unsere Mitarbeiter*innen. Durch unsere offene und ehrliche Beratung fühlen sich unsere Kund*innen verstanden und abgeholt. Durch den Einbau von Photovoltaikanlagen erlangen unsere Kund*innen eine gewisse Autonomie im Bereich der Stromversorgung.

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

Alleine die Tatsache ein eigenes Haus zu besitzen, für das unsere Produkte oder Dienstleistungen eingesetzt werden, ist eventuell schon Luxus. Mit unseren Leistungen

erstellen oder erhalten wir (Grund-)Besitz. Selbstverständlich gibt es Produkte, die durch preiswertere, vielleicht sogar gleichwertige, ersetzt werden könnten. Unser Fokus liegt aber immer auf Langlebigkeit und Nachhaltigkeit sowie dem ökologischen Sinn der Produkte und so sind vermeintlich teurere Alternativen oft im Gesamtkontext sinnhafter. Bei unserer Beratung achten wir immer darauf, unsere Kund*innen entsprechend zu informieren und auf Alternativen hinzuweisen.

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

Wie oben bereits beschrieben, erfüllen unsere Produkte und Dienstleistungen einen Mehrfachnutzen für unsere Kund*innen. Zum Beispiel wird durch den Einbau von Wärmedämmungen der sommerliche Wärmeschutz erhöht, was zum Wohlbefinden und der Gesundheit der Bewohner*innen beiträgt. Ein anderes Beispiel wäre das Anlegen von Dachbegrünungen. Diese dienen dem Schutz des Gebäudes (starke Aufheizung wird verhindert), halten Regenwasser zurück und bieten Lebensraum für Pflanzen und Tiere.

Welche gesellschaftlichen und ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unsere Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert (Orientierung an UN-Entwicklungszielen, siehe vertiefende Online-Informationen)?

Unsere Produkte und Dienstleistungen zählen auf viele SDG´s ein. Wie sich das für uns darstellt, haben wir in einem Schaubild dargestellt - siehe Anlage.

Verifizierungsindikatoren

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Grundbedürfnisse

2022: 95 %

Alle Indikatoren sind geschätzt, da hier (noch) keine verifizierten Daten vorliegen.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Bedürfnisse nach Statussymbolen bzw. Luxus

2022: 5 %

Auch mit Luxusausführungen werden die Grundbedürfnisse erfüllt.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Menschen

2022: 90 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Erde/ Biosphäre

2022: 50 %

Sanierung allgemein, inkl. energetische Sanierung und Neubau mit z. B. hohem Wärmedämmstandard;

Anteil in % des Gesamtumsatzes zur Lösung gesellschaftlicher oder ökologischer Probleme laut UN-Entwicklungszielen

2022: 80 %

siehe oben bzw. SDG-Schaubild

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Mehrfachnutzen bzw. einfachem Nutzen

2022: 100 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit hemmendem bzw. Pseudo-Nutzen

2022: 0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Negativ-Nutzen

2022: 5 %

Es gibt Produkte, die z. B. nachteilige ökologische Auswirkungen haben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum haben wir das Angebot an alternativen Wärmedämmungen, Photovoltaikanlagen und Dachbegrünungen intensiviert.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Größeres Angebot an PV-Anlagen

E1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden?

Hiermit bestätigen wir, dass unsere Produkte und Dienstleistungen keine menschenunwürdigen Auswirkungen haben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum haben wir mit der Umstellung auf alternative Dämmstoffe sowie dem Austausch von Lieferant*innen begonnen, die unseren ökologischen Anforderungen nicht gerecht werden.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen

Berichtsfragen

- Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z.B. in Form von Ertragsteuern, lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)? Welche direkten materiellen Unterstützungen (z.B. Förderungen, Subventionen) erhält das Unternehmen andererseits?
- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?
- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert werden?

Berichtsantwort

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

Wir leisten unseren Beitrag in Form von Körperschaftssteuer inkl. Soli, Gewerbesteuer sowie Lohnsteuerabgaben. Selbstverständlich begleichen wir auch die Sozialversicherungsabgaben. Wir erhalten für unsere Mitarbeiter zur Weitergabe im Zeitraum Dezember bis März bei Arbeitsausfall, z. B. aufgrund der Witterung, Saison-Kurzarbeitergeld von der Agentur für Arbeit.

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?

Wir beteiligen uns durch Spenden an sowohl sozial wie auch an ökologischen Projekten. Zum Beispiel: Goals for Kids e.V., Zeltschule e.V., Kindernothilfe, Legmoin-Hilfe der Stadt Ingolstadt oder bei Freunde Benins e.V.. Wir unterstützen den lokalen Sport durch Zuwendungen an mehrere Vereine - unter anderem den ERC Ingolstadt e.V.. Bei Veranstaltungen der Handwerkskammer bzw. der Kreishandwerkerschaft zeigen wir Jugendlichen die Möglichkeiten und Chancen einer handwerklichen Ausbildung. Auch bei uns im Betrieb bieten wir ganzen Schulklassen bzw. z. B. im Rahmen der "Langen Nacht der Ausbildung" Jugendlichen die Möglichkeit einer Betriebserkundung. Sicher tragen diese Aktionen zum Teil auch dazu bei, für unser eigenes Unternehmen Fachkräfte zu finden, aber wir treten hier auch immer als Innungsbetrieb bzw. Handwerksunternehmen für alle anderen Betriebe an. Generell liegt uns die Ausbildung und Weiterentwicklung junger Menschen sehr am Herzen. Seit Anfang an bilden wir aus und leisten damit einen großen Beitrag zum Gemeinwohl. Auszubildende, die bei uns Ihre Lehrzeit erfolgreich absolviert haben, können überall und jederzeit als gesuchte Fachkräfte eingesetzt werden. Außer muttersprachlichen Auszubildenden haben wir immer wieder auch Flüchtlingen sowie benachteiligten Jugendlichen die Möglichkeit gegeben, bei uns eine qualifizierte Ausbildung zu beginnen. Der damit verbundene erhebliche bürokratische und zeitliche Mehraufwand ist ein Beitrag für die Integration.

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?

Wie bereits beschrieben, halten wir die Ausbildung und Entwicklung von Jugendlichen - egal welcher Herkunft - für eine der wichtigsten Aufgaben der Wirtschaft. Mit unserem Engagement tragen wir zur Integration und zur persönlichen Entwicklung der jungen Menschen maßgeblich bei. Bei der Auswahl der Organisationen, die wir mit Spenden unterstützen, handelt es sich zum größten Teil um Projekte, die Kinder fördern (im Bereich Inklusion, bei benachteiligten Kindern, Sportförderung, Kinder in Not usw.).

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert werden?

Vor der Zusage von Spenden informieren wir uns intensiv über die jeweiligen Institutionen (auch durch Kontrolle von entsprechenden Labels). Die meisten Verantwortlichen kennen wir seit Jahren persönlich und können so sicherstellen, dass unsere Spenden da ankommen, wo sie gebraucht werden und nicht in dubiosen Kanälen verschwinden. Negativer Lobbyismus und Einflussnahme nach außen spielen für uns keine Rolle.

Verifizierungsindikatoren

Erlöse

2022: 3.320.000 €

Abgaben

2022: 255.800 €

Subventionen

2022: 21.200 €

Hier handelt es sich um Saison-Kurzarbeitergeld inkl. Mehraufwandswintergeld, das unsere Mitarbeiter*innen bei Arbeitsausfall im Zeitraum Dezember bis März erhalten - Erstattung durch die AA. Außerdem ist eine Entschädigung der Agentur für Arbeit für die Ausbildung eines schwervermittelbaren Azubis enthalten.

Wertschöpfung

2022: 1.023.400 €

Hier wurde die Summe der Löhne und Gehälter inkl. Finanzerträge + Jahresergebnis erfasst.

Netto-Abgabenquote

2022: 25 %

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % des Umsatzes

2022: 0,09 %

Hier haben wir das Spendenaufkommen in Höhe von ca. € 3000,00 eingetragen. Die freiwilligen Leistungen können wir nicht beziffern - siehe Verbesserungspotential.

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % der Gesamtjahresarbeitszeit

Hier liegen keine verifizierten Angaben vor, daher erfolgt hier kein Eintrag.

Individuelle Indikatoren

Ausbildung von Azubis

Wir bilden Azubis zum Dachdecker und Spengler und immer wieder auch Fachkräfte für Büromanagement (m/w/d) aus. Diese Ausbildung soll für uns zum einen natürlich Fachkräfte generieren, ist auf der anderen Seite aber ein großer Beitrag zum Gemeinwohl. Die jungen Menschen entwickeln sich während ihrer Lehrzeit persönlich und körperlich extrem weiter. Diese Ausbildung kostet uns sehr viel Zeit und Geld. Der Zeitaufwand hat sich in den letzten Jahren extrem gesteigert. Dies liegt zum Teil in den größer gewordenen Anforderungen der Berufe, aber auch in den Entwicklungsstadien der Jugendlichen begründet. Trotz aller Widrigkeiten sehen wir hier einen großen Beitrag zum Gemeinwohl. Wie oben bereits beschrieben, haben wir immer wieder auch Flüchtlingen, Nichtmuttersprachlern sowie benachteiligten Jugendlichen die Möglichkeit gegeben, bei uns eine qualifizierte Ausbildung zu beginnen. Der damit verbundene erhebliche bürokratische und zeitliche Mehraufwand ist auch ein Beitrag für die Integration und das Gemeinwohl.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum konnten zwei neue Azubis eingestellt werden. Unser Spendenaufkommen wurde erhöht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Erfassung freiwillige Leistungen für Informationsveranstaltungen von Jugendlichen

E2.2 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen 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?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen 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?

Wir sind der Meinung, dass Gewinn korrekt versteuert werden muss und diese Steuerabgaben uns allen als Gesellschaft dienen. Daher bestätigen wir, dass wir keinerlei Praktiken betreiben, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

E2.3 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden?

Wir bestätigen, dass wir keine korruptionsfördernden Praktiken betreiben und Lobbying-Aktivitäten offenlegen würden, wenn wir denn in diesem Bereich aktiv wären.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?
- Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?
- Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

Berichtsantwort

Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?

Wir sind mit unseren Fahrzeugen zu Bauvorhaben im Raum Ingolstadt (+ in der Regel max. 50 km) unterwegs und dabei fallen Emissionen durch Kraftstoffe an. Aufgrund unserer Kunden- und Mitarbeiter*innenstruktur benötigen wir verhältnismäßig viele kleinere Fahrzeuge (Transporter mit max. 4 Sitzplätzen). Beim Verarbeiten von Materialien bzw. beim Abriss von alten Dachaufbauten fällt Abfall an. Zum Teil handelt es hierbei auch um Gefahrstoffe - z. B. beim Abbau von Asbest. Alle Abfälle entsorgen wir gemäß den gesetzlichen Vorgaben. Soweit möglich, führen wir Stoffe dem Recycling bzw. teilweise auch dem Kreislauf wieder zu. Bei der Erstellung unserer Leistungen benötigen wir zum Teil Strom oder Propangas - dies ist aber in der CO₂-Bilanz kaum relevant (siehe Anlage). Ebenso entsteht Wasserverbrauch eigentlich nur am Büro-/Lagergebäude. Lärm erzeugen wir in untergeordneter Relevanz durch Maschinen. Selbstverständlich wird auch Energie in der Herstellung der von uns verwendeten Materialien verbraucht, die wir für unsere Dienstleistungen benötigen.

Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Bis dato wurden keine Umweltkonten geführt und auch keine Daten veröffentlicht. Mit der Erstellung einer ersten CO₂- Bilanz (siehe Anlage) werden konkrete Daten erhoben und auf unserer Webseite veröffentlicht (unter www.dachdeckerei-spindler.de/vision).

Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

Wie bereits beschrieben, lagen bis dato keine Daten für eine Veröffentlichung vor. Wir haben auf unserer Website inzwischen eine eigene "Visionseite" installiert und werden dort die entsprechenden Daten veröffentlichen.

Verifizierungsindikatoren

Relevante Umweltkonten des Unternehmens

2022:

Alle relevanten und erhebaren Daten sind in der CO₂-Bilanz enthalten - siehe Anlage.

0,0142 CO₂e/€ Umsatz

1.838,02 CO₂e/MA

Kompensationskosten bei angenommenen € 15,00/to € 702,80

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum ist der große Verbrauch von Kraftstoffen für Pkws negativ aufgefallen und von daher wurden für einen neu anzuschaffenden Firmen-PKW bereits entsprechende Weichen gestellt. Wie schon in vorherigen Punkten beschrieben, haben wir die Umstellung auf ökologisch sinnvollere Materialien - z. B. im Bereich der Dämmstoffe - forciert, ebenso die Abkehr von Lieferant*innen, die nicht unseren ökologischen Vorgaben entsprechen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Einsparung von Benzin und Diesel
- Einbau PV-Anlage am Betriebsgebäude

E3.2 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet?

Hiermit bestätigen wir, dass wir nicht gegen Umweltauflagen verstoßen und die Umwelt nicht unangemessen belasten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Siehe vorgehende Kapitel –

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst, und in welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation, Zugänglichkeit für die Öffentlichkeit)?
- Wie können Bürger*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Berichtsantwort

Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst, und in welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation, Zugänglichkeit für die Öffentlichkeit)?

Die Erstellung der Gemeinwohlbilanz berichtet über alle relevanten und auch kritischen Daten. Wir werden die GWÖ-Bilanz in geeigneter Form für die Öffentlichkeit auf unserer Website zugänglich machen. Bereits jetzt wird die Steuerbilanz auf den entsprechenden Plattformen öffentlich zugänglich gemacht.

Wie können Bürger*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

Wir streben weder Bauprojekte noch Standortverlagerungen oder Produktionsprozesse an, die die Umwelt stark beeinträchtigen. Wir haben aber immer ein offenes Ohr für alle Bürger*innen - egal ob Kunde oder nicht - wenn sie sich durch unsere Tätigkeiten beeinflusst sehen. Zum Beispiel könnte sich ein Nachbar oder eine Nachbarin durch unsere Arbeiten gestört fühlen. Unsere Kontaktdaten finden die Bürger*innen auf unseren Fahrzeugen und den Gerüsttransparenten sowie über alle öffentlichen Kanäle (Webseite, Instagram, Facebook usw.) und können ihre Anliegen vorbringen. Wir versuchen immer eine Lösung für alle anfallenden Probleme zu finden. Bei größeren und lauterer Baustellen informieren wir die Anwohner*innen bereits im Vorfeld. Außerdem können Bürger*innen auf öffentlichen Veranstaltungen (Messen, Podiumsdiskussionen, Workshops) mit uns in Kontakt treten.

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

Die Dokumentation ist für uns im Augenblick nicht relevant, da keine o.g. Entscheidungsfindungen anstehen.

Verifizierungsindikatoren

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

2022: Nein

Die erste Veröffentlichung geschieht auf Basis der Daten aus 2022 im Jahr 2023.

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

Im Augenblick irrelevant - wie oben beschrieben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir haben nach der Definition der 17 SDG´s für unser Unternehmen in 2022 mit der Erstellung einer Gemeinwohlbilanz begonnen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Veröffentlichung von Daten im Bereich der Nachhaltigkeit
- Veröffentlichung von Daten im Bereich des Gemeinwohls

E4.2 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet?

Ja

Berichtsantwort

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet?

Wir bestätigen, dass wir keine falschen Informationen über unser Unternehmen bzw. über gesellschaftliche Phänomene verbreiten. Im Gegenteil forcieren wir unsere Informationspolitik und Informationszugänglichkeit gegenüber unseren Kund*innen und der Gesellschaft.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Unsere Website wurde im Berichtszeitraum um Informationen ergänzt.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

- Einbau von (integrierten) Photovoltaikanlagen ausbauen
- Nachhaltige Alternativdämmstoffe im Kundengespräch verstärkt anbieten
- Einführung eines jährlichen Gesundheitstages mit wechselnden Themenbereichen inkl. Resilienzförderung der Mitarbeiter*innen
- Bau eines Fahrradunterstandes inkl. PV-Anlage zur Unterstellung und Aufladung von E-Bikes und Fahrrädern der Mitarbeiter*innen
- Umstellung von auslaufenden KFZ-Leasingverträgen der Oberklassefahrzeuge auf Fahrzeuge mit Elektroantrieb und somit Einsparung von Benzin bzw. Diesel
- Stringente Einhaltung von Jour Fixe-Terminen mit den Projektleiter*innen
- Einbindung der Azubis in Arbeitsprozesse durch turnusmäßige Besprechungen
- Verstärkung von "Chefgesprächen"
- Kostenrechner für PV-Anlage auf Website implementieren
- Reparaturauftrag auf der Website für eine direkte Beauftragung anpassen
- Kooperation mit regional ansässigen Kollegen im Bereich Spenglerei + Abdichtungsarbeiten intensivieren
- Veröffentlichung von Daten im Bereich Nachhaltigkeit
- Veröffentlichung von Daten zur GWÖ-Bilanzierung
- Umsetzung aus Tabelle "Zukunftsinvestitionen" gemäß Angaben - inkl. Einbau eine PV-Anlage am Betriebsgebäude
- Nachhaltigkeitsberichte unserer Lieferant*innen Lieferantentabelle (sofern verfügbar) verlinken

Langfristige Ziele

- Neuauswahl bzw. Neubewertung von Lieferant*innen inkl. der Lieferkette in Bezug auf Umgang mit Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit sowie Transparenz und ökologische Produkte
- Banken und Versicherungen auf ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln überprüfen
- Prüfen neuer Arbeitszeitmodelle (z. B. 4-Tage-Woche) auf Umsetzbarkeit in Bezug auf rechtliche Vorgaben
- Umstellung der Firmenflotte auf ökologisch sinnvolle Fahrzeuge und somit Einsparung von Benzin bzw. Diesel
- Sensibilisierung der Mitarbeiter*innen für gesunde und ökologische Pausenverpflegung
- Ersatz von Dämmstoffen durch ökologisch sinnvolle Alternativprodukte
- Ersatz von Abdichtungsmaterialien (auch schadstoffhaltige) durch ökologisch sinnvolle Alternativprodukte
- Erfassung von freiwilligen Leistungen für die Information von Jugendlichen
- Umsetzung aus Tabelle "Zukunftsinvestitionen" gemäß Angaben

- Stammkund*innen spezifisch informieren

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

Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der Non-financial-reporting-Vorgaben. Der GWÖ-Bericht ist öffentlich und extern auditiert ist.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

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

Jutta Spindler, ppa. - Komplette Ausformulierung, Teilnahme an Peergruppentreffen

Hans Spindler, GF - Rücksprache und Gegenlesen

Melike Özgül, Assistentin der GF - Erstellung Lieferantenfragebogen und Auswertung, Erstellung Mitarbeiterbefragung, Rücksprache und Gegenlesen

Mitarbeiter*innen - Rückmeldung zu Fragebogen

Lieferant*innen, gemäß Liste - Rückmeldung zu Fragebogen

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

120 Stunden

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Die GWÖ-Bilanz wird unseren Mitarbeiter*innen über die Firmencloud zugänglich gemacht.

Ingolstadt, den 18.07.2023

Anhang

1. Anmerkungen zu Allgemeinen Informationen zum Unternehmen

2. Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner

A: Lieferant*innen

5 wichtigsten Branchen, aus denen Sie Produkte/Dienstleistungen beziehen:

Wir haben unsere Lieferanten komplett erfasst und dann in einer Tabelle eine Auswahl getroffen nach: Volumen (unsere größten Lieferanten), Fremdleistungen (an andere Unternehmer vergebenen Leistungen), Entsorgung, spezielle Relevanz in Bezug auf Regionalität/Ökologie usw. Unser größter Lieferant ist eine Einkaufsgenossenschaft (Dachdeckereinkauf Süd eG). Ein großer Teil der Materialien, die wir über diese Genossenschaft beziehen, ist im "Volumenanteil" über die einzelnen Hersteller enthalten, der Rest ist im Anteil "übrige Lieferanten". In einem von uns erstellten Lieferantenfragebogen haben wir alle relevanten Daten bei den Lieferant*innen abgefragt. Die entsprechende Tabelle befindet sich in der Anlage.

B: Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

Gewinn (EBIT):

Siehe Anhang 1. Anmerkungen zu Allgemeinen Informationen zum Unternehmen

Erträge aus Finanzanlagen:

Dividende aus Anteilen der Einkaufsgenossenschaft Dachdeckereinkauf Süd eG (+RbK)

Finanzanlagen und Barguthaben:

Anteile Dachdeckereinkauf eG, Bankguthaben

C: Mitarbeitende

Personalkosten (brutto ohne Arbeitgeberanteil):

Die Firma wurde im Laufe von 2022 in eine GmbH umgewandelt und hat den Eigentümer gewechselt. Der neue GF Hans Spindler (vorher ppa. im Angestelltenverhältnis) ist daher sowohl noch in den Personalkosten als auch bei der Anzahl der Vollzeitkräfte enthalten.

Gibt es eine Kantine für die Mehrheit der Mitarbeitenden:

Die große Mehrheit unserer Mitarbeiter*innen arbeitet nicht direkt am Sitz des Unternehmens, sondern auf wechselnden Baustellen.

D: Kund*innen und Mitunternehmen

E: Gesellschaftliches Umfeld

3. Liste der Anlagen und Referenzen

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Angaben zu Beginn Das Unternehmen und das Gemeinwohl	2022-05-20_SDGs_Dokumentation_002.pdf	Anlage	Unsere SDG's
Angaben zum Abschluss Kurz- und langfristige Ziele des Unternehmens	Zukunfts-_und_Sanierungsausgaben_3pEurzz.pdf	Anlage	
Aspekt A1.1 Menschenwürde in der Zulieferkette	Fragebogen_Lieferanten.pdf	Anlage	
Aspekt B2.1 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	Zukunfts-_und_Sanierungsausgaben_FwLG6BL.pdf	Anlage	
Aspekt B3.1 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	Zukunfts-_und_Sanierungsausgaben_GqUHe2y.pdf	Anlage	
Aspekt C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	Gesundheitstag_Ablauf_20-01-2023.pdf	Anlage	
Aspekt C1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	Endergebnis_Mitarbeiterbefragung_Dachdeckerei_Spindler.pdf	Anlage	
Aspekt C4.1 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	Endergebnis_Mitarbeiterbefragung_Dachdeckerei_Spindler_7xl9H0q.pdf	Anlage	
Aspekt C4.1 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	Serviceanalyse_Mitarbeiter-Fragebogen.pdf	Anlage	Die Firma Hilti hat in unserem Auftrag eine Serviceanalyse erstellt, in der eine Mitarbeiterbefragung integriert war.

Aspekt E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	2022-05-20_SDGs_Dokumentation_002_9PtBEz3.pdf	Anlage	SDG´s bei Spindler
Aspekt E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen	CO2_Bilanz_2022_kG l3sNW.pdf	Anlage	
Berührungsgruppe A Lieferant*innen	Lieferantentabelle_1_-_final.pdf	Anlage	

Weitere Dokumente

Unternehmenslogo: SPI_Logo_2021.png

GWÖ-Mitgliedschaft: GWÖe-Bayern-eV_Mitgliedsbestaetigung_2023_00506.pdf