



Spindler
Dachdeckerei
Spenglerei

SPINDLER Dachdeckerei-Spenglerei GmbH

Gemeinwohl-Bericht **2023 - 2024**

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen	4
Kurzpräsentation des Unternehmens	4
Das Unternehmen und Gemeinwohl	5
Testat	7
Lieferant*innen	8
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
Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen	18
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	23
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	24
B3.1 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	24
B3.2 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	26
B4 Eigentum und Mitentscheidung	27
B4.1 Eigentum und Mitentscheidung	27
B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme	28
Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen	29
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	30
C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	30
C1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	33
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	34
C2.1 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	34
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	41
Kund*innen und Geschäftspartner*innen	42
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	48
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	53
D4.1 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz	53
D4.2 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen	54
Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen	55
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	56
E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	56
E1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	59
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	60
E2.1 Beitrag zum Gemeinwesen	60
E2.2 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung	64
E2.3 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention	64
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	65
E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen	65
E3.2 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	67
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	68
E4.1 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	68
E4.2 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation	69
Ausblick	70
Kurzfristige Ziele	70
Langfristige Ziele	70
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU)	71
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	72
Anhang	73
Anhang 1: Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner	73
A Lieferant*innen	73
B Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen	73
C Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen	73
D Kund*innen und Geschäftspartner*innen	73
E Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen	73
Anhang 2: Liste der Anlagen und Referenzen	74

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname	SPINDLER Dachdeckerei-Spenglerei GmbH
Rechtsform	GmbH
Eigentum- und Rechtsform	
Website	www.dachdeckerei-spindler.de
Branche	F - Baugewerbe
Firmensitz	Ingolstadt, Deutschland
Bilanztyp	Kompaktbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1
Berichtszeitraum	01.01.2023 bis 31.12.2024
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden	22 Personen Inkl. Geschäftsführer
Vollzeitäquivalente	20 FTE Inkl. Geschäftsführer
Saison- oder Zeitarbeitende	0 Personen
Umsatz	4.256.425 €
Jahresüberschuss	371.305 €

(Diese Werte beziehen sich auf das letzte vollständige Geschäftsjahr 2024.)

Tochtergesellschaften /
verbundene Unternehmen

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 35 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, Metalldächer, Terrassen, Balkone, Reparaturservice und noch so einiges mehr.

Produkte / Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
Dachdecker- und Spenglerarbeiten	100

Das Unternehmen und 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?

Seit unserer letzten Gemeinwohlbilanzierung hat sich viel getan.

- Wir sind nun Mitglied im Verbund **"Erfolgsfaktor Familie"** und bekennen uns zu folgenden Grundsätzen: Führungskräfte verstehen familienbewusste Unternehmensführung als Teil der Unternehmenskultur und berücksichtigen dies bei der Gestaltung von Rahmenbedingungen und der Personalauswahl. Beschäftigte mit Familie erhalten im Rahmen betrieblicher Möglichkeiten konkrete Angebote, damit sie berufliche und familiäre Pflichten leichter vereinbaren können (zum Beispiel Unterstützung bei der Kinderbetreuung oder beim Wiedereinstieg). Bedürfnisse von Beschäftigten mit Familienpflichten werden berücksichtigt, um betriebliche Anforderungen und familiäre Belange möglichst weitgehend in Einklang zu bringen. Unternehmen und Institutionen werben auch in ihrem Umfeld für den Nutzen einer besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie.
- Bei einem Fortbildungstreffen von HWK-Vertreter*innen, die Betriebe im Bereich Nachhaltigkeit unterstützen, habe ich einen Vortrag zu unserer Gemeinwohlbilanzierung mit dem Titel **"Wirtschaft einfach mal neu denken"** gehalten, um die GWÖ mehr in das Bewusstsein der Verantwortlichen zu bringen (siehe Anlage).
- Gemeinsam mit einer Peergruppenkollegin aus der Erstabibilanzierung haben wir die GWÖ Studierenden der **THI Ingolstadt am Campus Neuburg** vorgestellt (siehe Anlage Bild).

- An der THI Ingolstadt Campus Neuburg habe ich zudem an der **Transformationstagung III** zum Thema Klimaschutz und Klimaanpassung teilgenommen (siehe Anlage Flyer).
- Die Wirtschaftsförderung der Stadt Ingolstadt IFG hat ein **Solution LAB** zum Thema Nachhaltigkeit aufgelegt, an dem wir uns mit einem eigenen Workshop "Nachhaltiges Bauen" beteiligt haben. Dazu haben sich im Juni 2024 Teilnehmer aus vielen verschiedenen Bereichen (Industrie, Handwerk, Architektur, Marketing, Beratung, Verbände usw.) bei uns im Haus getroffen, um das Thema aus möglichst vielen Richtungen zu beleuchten. Aus diesem Workshop hat sich die Initiative **"Gipfeltreffen - Kreislaufwirtschaft"** gebildet, die im Februar 2025 zum ersten Mal zusammen gekommen ist. Im Vorfeld zu diesem Gipfeltreffen haben wir ein teilnehmendes Industrieunternehmen besucht und uns über die Möglichkeiten von Recycling bzw. Kreislaufwirtschaft von Dachsteinen informiert (siehe Anlage).
- Außerdem habe ich an diversen Interviews und Umfragen zum Thema Nachhaltigkeit teilgenommen (Lfi, itb).
- Mit unseren Mitarbeitenden haben wir die in der ersten Bilanz als Ziel formulierten **Gesundheitstage** durchgeführt. Hierbei haben wir sowohl körperliche Aspekte (Rückenkraftmessung, gesunde Ernährung usw.) behandelt, als auch bei einem Workshop zum Farbenmodell unsere innere Motivation und die verschiedenen Persönlichkeitsmodelle bearbeitet.
- Im Bereich der Ausbildungsförderung haben wir an diversen **Berufsinformationstagen** sowie Berufsmessen teilgenommen.

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

Jutta Spindler
info@dachdeckerei-spindler.de



TESTAT Externes Audit

Testat gültig bis
30.11.2027

ZertifikatsID
prrxd

Gemeinwohl Bilanz

SPINDLER Dachdeckerei-Spenglerei GmbH

Friedrichshofener Straße 20a, DE 85049 Ingolstadt

Wert	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 30 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 0 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 40 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 60 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 30 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 50 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 40 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 20 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 50 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 20 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 20 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 20 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 10 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 30 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 30 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 30 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 40 %
BILANZSUMME: 280				

Mit diesem Audit Zertifikat bestätigt der International Federation for the Economy for the Common Good e.V. das Ergebnis des ECONGOOD Audits basierend auf der Version: M5.0 Kompaktbilanz
Dieses Audit wurde durchgeführt von Jörn Wiedemann .

Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf
www.econgood.org

Hamburg, 03.11.2025

International Federation for the Economy
for the Common Good e.V.
Stresemannstraße 23
22769 Hamburg

federation-accounting@econgood.org
Amtsgericht Hamburg, VR 24207

Gus Hagelberg
Executive Director

Markus Müllenschläder
Executive Director

Berührungsgruppe 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?

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 Verfügbarkeit 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 zumeist an uns bekannte Firmen aus der Region, mit denen wir schon seit Jahren zusammenarbeiten und die eine ähnliche ökologische und soziale Einstellung haben. Dies gilt auch für unsere Entsorgungsfirmen. In den letzten beiden Jahren haben wir mit einer Vermittlungsagentur für Subunternehmerleistungen zusammengearbeitet, da wir mit unseren Mitarbeiter*innen an unsere Kapazitätsgrenzen gestoßen sind und wir eine Überbelastung vermeiden wollten. Der Kontakt mit den vermittelten Firmen hat ergeben, dass diese fair entlohnt und behandelt werden und schon länger und gerne mit der Agentur zusammenarbeiten. Soweit möglich, arbeiten wir aber natürlich immer lieber mit unseren eigenen Mitarbeiter*innen und versuchen nun, uns personell zu verstärken.

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 - soweit verfügbar - in der Tabellen "Lieferantenliste - weitere Informationen" erfasst. Diese Erfassungen werden wir - soweit möglich - bei der Auswahl der Lieferant*innen berücksichtigen.

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 Erfassungen in der Lieferantenliste 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 der Lieferantenliste erfasst.

Anteil der zugekauften
Produkte/ Dienstleistungen am
gesamten Einkaufsvolumen

2024	
Branche	Ausgaben (in €)
C - Verarbeitendes Gewerbe (nicht weiter spezifiziert)	1.205.588
C - Verarbeitendes Gewerbe (nicht weiter spezifiziert)	101.640
C - Verarbeitendes Gewerbe (nicht weiter spezifiziert)	63.560
C - Verarbeitendes Gewerbe (nicht weiter spezifiziert)	379.865
E - Wasserversorgung, Abfallwirtschaft	73.287
Übrige Lieferanten	838.109

2023	
Branche	Ausgaben (in €)
C - Verarbeitendes Gewerbe (nicht weiter spezifiziert)	615.145
C - Verarbeitendes Gewerbe (nicht weiter spezifiziert)	41.502
C - Verarbeitendes Gewerbe (nicht weiter spezifiziert)	216.606
E - Wasserversorgung, Abfallwirtschaft	180.003
S - Andere Dienstleistungen	219.262
Übrige Lieferanten	453.576

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

2024
40 %
2023
40 %

Angaben aufgrund der Lieferantenliste geschätzt;

Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt A1.1

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

Bewertung Lieferant*innen

Aufgrund der zusätzlichen Informationen zu unseren Lieferantenlisten werden wir unsere Lieferant*innen in Zukunft noch besser beurteilen und auswählen.

Selbsteinschätzung



Erste Schritte

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

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?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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 unter A beigefügten Tabelle erfasst. Aufgrund der Recherche 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.

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?

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 großen Wert auf persönliche Bekanntschaft und die Einhaltung von gesetzlichen Vorgaben. Durch die persönliche Bekanntschaft mit den meisten Subunternehmern, können wir den fairen und solidarischen Umgang mit deren Mitarbeiter*innen insgesamt 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.

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

2024
20 %
2023
20 %

Die Anteile sind aufgrund der Tabelle "Lieferantenliste - weitere Informationen" geschätzt;

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

2024
5 %
2023
5 %

Selbsteinschätzung



Erste Schritte

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

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

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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

Wir bestätigen hiermit, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette 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 Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

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, biomassebasierte Wärmedämmungen, besonders langlebige Kunststoffbahnen usw.

Durch stetige Weiterbildungsmaßnahmen und Recherche auf Messen und o.ä. finden wir für Materialien wie zum Beispiel herkömmliche Wärmedämmungen aus PUR oder PS ökologisch und technisch sinnvolle Alternativen. Im Bereich von Abdichtungsmaterialien aus fossilen Rohstoffen sind Industrie und Technik auf dem richtigen Weg, was wir über Rückmeldungen aus Verarbeitersicht versuchen zusätzlich voranzutreiben. Wie bereits beschrieben, sind wir hier aber aufgrund unserer Abnahmemengen in der Einflussnahme reglementiert.

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 - soweit möglich und vorhanden - erfasst.

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 bzw. die entsprechenden Zertifikate/Datenblätter frei zur Verfügung gestellt. 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 (zum Beispiel aus fossilen Rohstoffen) zu wählen. Die Lebensdauer von Produkten spielt für uns ebenso eine entscheidende Rolle wie die Möglichkeit der Rückführung des Materials in die Kreislaufwirtschaft. Wir haben in 2024 an einem Solution LAB der Wirtschaftsförderung der Stadt Ingolstadt zum Thema "Nachhaltiges Bauen" teilgenommen und sind nun seit 2025 zusammen mit der Industrie in einem "Gipfeltreffen nachhaltiges Bauen" organisiert, um weitere Möglichkeiten auszuloten und in die Umsetzung zu bringen.

Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

In Gesprächen mit Lieferant*innen und Kolleg*innen sehen wir, dass sich unsere Mitbewerber*innen mit Forderungen nach ökologischen Materialalternativen, den SDG's und dem ganzen Thema "Nachhaltigkeit" noch nicht so intensiv beschäftigt haben bzw. das Thema "Nachhaltigkeit" als "verbrannt" angesehen wird. Daher sehen wir es als unsere Aufgabe, das Bewusstsein für diese Themen zu stärken und zu zeigen, dass Nachhaltigkeit auch Spaß machen kann und sich ökonomische Vorteile ergeben können.

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

2024

20 %

2023

20 %

Der Anteil ist geschätzt;

Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt

Die Wiederverwendbarkeit bzw. die Zuführung von Materialien in den Kreislauf werden wir unseren Kund*innen verstärkt anbieten.

Ersatz von Materialien durch ökologisch sinnvolle Alternativen im Bereich Wärmedämmstoffe

Kontinuierliche Weiterbildung im Bereich Kreislaufwirtschaft und ökologische Materialien

Um den ökologischen Nutzen unserer Dienstleistungen weiter zu verbessern, informieren wir uns ständig im Bereich nachhaltiger Werkstoffe. Zudem arbeiten wir an einem Kreislaufwirtschaftskonzept für Betondachsteine mit.

Solution LAB "Nachhaltiges Bauen"

Über die IFG initiiertes Projekt mit Teilnehmer*innen aus unterschiedlichen Fachrichtungen (Industrie, Forschung, Handel, Sport, Marketing, Dach- und Ausbauhandwerk, Logistik, Entsorgung) zum Thema "Nachhaltiges Bauen".

Verbesserungspotenziale/Ziele

Ersatz von Materialien durch ökologisch sinnvolle Alternativen im Bereich Wärmedämmstoffe

Kontinuierliche Weiterbildung im Bereich Kreislaufwirtschaft und ökologische Materialien

Um den ökologischen Nutzen unserer Dienstleistungen weiter zu verbessern, informieren wir uns ständig im Bereich nachhaltiger Werkstoffe. Zudem arbeiten wir an einem Kreislaufwirtschaftskonzept für Betondachsteine mit.

Kreislaufwirtschaft "Bau" am Beispiel Betondachsteine

Nach unserem Solution LAB mit der IFG Ingolstadt (Wirtschaftsförderung) zum Thema "Nachhaltiges Bauen" im Juni 2024 hat sich ein Gipfeltreffen "Bau" etabliert. Hier versuchen wir in Kooperation (Handwerk, Entsorger, Stadt, Industrie) am Beispiel Betondachsteine den Materialkreislauf zu schließen.

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

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

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?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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 Weiterbildung im Bereich Kreislaufwirtschaft und ökologische Materialien

Um den ökologischen Nutzen unserer Dienstleistungen weiter zu verbessern, informieren wir uns ständig im Bereich nachhaltiger Werkstoffe. Zudem arbeiten wir an einem Kreislaufwirtschaftskonzept für Betondachsteine mit.

Ersatz von Materialien durch ökologisch sinnvolle Alternativen im Bereich Wärmedämmstoffe

Verbesserungspotenziale/Ziele

Ersatz von Materialien durch ökologisch sinnvolle Alternativen im Bereich Abdichtungsmaterialien

A4 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?

A4.1 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

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. 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 großen Wert auf persönliche Bekanntschaft und die Einhaltung von gesetzlichen Vorgaben. 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

Wie in der Lieferantentabelle ersichtlich, gibt es Lieferant*innen, die in diesem Bereich an einer Zertifizierung arbeiten. Weitere Angaben können wir hierüber nicht machen.

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

2024
32 %
2023
34 %

Unser größter Bedachungshändler ist als Genossenschaft konzipiert, an der wir als Unternehmen auch Anteile haben. Daher ist hier Transparenz und Partizipativität gegeben. Die o.g. genannte Prozentzahl entspricht dem Anteil dieses Händlers.

Selbsteinschätzung



Basislinie

Gesetzliche Vorschriften werden eingehalten. Das Unternehmen beschäftigt sich nicht explizit mit Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette und nutzt seine Marktmacht nicht aus.

Berührungsgruppe B

Eigentümer*innen, Eigenkapital- 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?

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?

Unsere Hauptfinanzpartner sind die Sparkasse Ingolstadt-Eichstätt sowie die VR Bank Bayernmitte eG. Die VR Bank Bayernmitte eG gehört zur DZ Bank Gruppe und wird im "Fair Finance Guide" mit 47 % bewertet. Die Sparkasse Ingolstadt-Eichstätt wird hier leider nicht aufgeführt. Der Durchschnitt der erfassten Sparkassen liegt auf dieser Plattform aber in einem ähnlichen Bereich wie die DZ Bank. Unsere Hauptversicherungsgesellschaft die R+V Versicherung, die auch zur Genossenschaft der Volks- und Raiffeisenbanken gehört, würden wir ähnlich bewerten.

Eigenkapitalanteil

2024

73 %

2023

74 %

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

2024

33,3 %

2023

33,3 %

www.zdh.de/daten-und-fakten/kennzahlen-des-handwerks/eigenkapitalquoten-im-handwerk

Fremdkapitalanteil

2024

26,7 %

2023

26,2 %

Finanzierung, aufgeschlüsselt
nach Finanzierungsart

2024

Finanzierungsart	Betrag (in €)
Kurzfristiges Fremdkapital (Verbindlichkeiten ggü. Kreditor*innen)	314.149

2023

Finanzierungsart	Betrag (in €)
Kurzfristiges Fremdkapital (Verbindlichkeiten ggü. Kreditor*innen)	267.019

Verbesserungspotenziale/Ziele

Banken überprüfen

Versicherungen überprüfen

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Der Eigenkapitalanteil erreicht branchenübliche Höhe. Kontinuierliches Umsetzen der solidarischen Finanzierung über Berührungsgruppen und/ oder durch Kredit von einer Ethikbank und Ablöse konventioneller Kredite. Finanzpartner*innen haben eine breite Palette ethisch-nachhaltiger Finanzprodukte erreicht, sind regional engagiert und nicht in kritische Projekte involviert.

Aufgrund der Banken, mit denen wir zusammenarbeiten und die nur mit knapp 50 % im "Fair Finance Guide" bewertet werden, haben wir die Selbsteinschätzung gegenüber der letzten GWÖ-Bilanzierung bei "3-Fortgeschritten" belassen, obwohl unser Eigenkapitalanteil die branchenübliche Höhe deutlich übersteigt.

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
Risikoversorge möglich?
Welche Ansprüche stellen die
Eigentümer*innen an
Kapitalerträge mit welcher
Begründung?

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

Für die Zukunft ist eine Investition in die Digitalisierung unseres Workflows geplant. Außerdem soll die klimafreundliche Mobilität der Mitarbeiter*innen durch die Teilnahme an einem Jobrad-Leasing gefördert werden. Das Laden von E-Bikes ist durch den Bau des Fahrradunterstandes mit PV-Anlage bereits möglich. 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 Risikoversorge 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.

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit	2024	365.720 €
	2023	355.166 €
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben	2024	106.665 €
	2023	47.050 €
	Siehe Anlage Aufstellung	
Getätigte/r strategischer Aufwand/ strategische Ausgaben	2024	92.037 €
	2023	39.741 €
Anlagenzugänge	2024	68.014 €
	2023	35.752 €
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)	2024	311.114 €
	2023	229.698 €

Auszuschüttende Kapitalerträge 2024
0 €

2023
0 €

**Auszuschüttende Kapitalerträge
in % vom Stamm- oder
Grundkapital** 2024
0 %

2023
0 %

**Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt**

Einbau PV-Anlage am Betriebsgebäude

Fahrrad oder E-Bike Förderung inkl. Fahrradunterstand mit Lademöglichkeit

Resilienzförderung

**Jährlicher Gesundheitstag für alle MA mit jeweils wechselnden
Themenbereichen;**

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

Verbesserungspotenziale/Ziele

Umstellung der Firmenfahrzeugflotte auf ökologisch sinnvollere Fahrzeuge

Resilienzförderung

**Jährlicher Gesundheitstag für alle MA mit jeweils wechselnden
Themenbereichen;**

Digitalisierung Workflow

Dienstradleasing einführen

Dienstradleasing mit Zuschuss AG einführen

Betriebsgeräte anschaffen

Zur Arbeitserleichterung und Zeitersparnis

Gesundheitsmanagement

Durch ein auf uns zugeschnittenes Sport- und Fitnessangebot wollen wir die
Gesundheit und Resilienz unserer Mitarbeitenden verbessern.

Selbsteinschätzung



Erfahren

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

B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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

Die Gewinnlage unseres Unternehmens war 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 vorgenommen?
- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

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. Die Installation der PV-Anlage auf dem Firmengebäude wurde von der Stadt Ingolstadt bezuschusst.

Welche Investitionen wurden/werden konkret vorgenommen?

Die umgesetzten Maßnahmen haben wir in der Tabelle aus der ersten Bilanz vermerkt (siehe Anlage). Alle neuen Maßnahmen haben wir ebenfalls wieder in einer Tabelle erfasst (siehe Anlage).

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

Wir beteiligen uns an unserem volumenmäßig größten Händler in Form von Genossenschaftsanteilen. Als Teil der Genossenschaft bündeln wir mit den anderen Mitgliedern unsere Kräfte und Ressourcen, um unsere Interessen gemeinsam zu verfolgen und uns gegenseitig zu unterstützen. Die ausgeschütteten Dividenden fließen direkt wieder ins Unternehmen.

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs

2024	
Geplante Investition	Betrag (in €)
PV Anlage Firmengebäude	30.000
Umstellung Fuhrpark	
Gesundheitsmanagement	5.000
Fortbildungen MA	3.500
CNC Maschine	68.000

2023	
Geplante Investition	Betrag (in €)
Fahrradunterstand	4.750
Umgestaltung Begrünung Gebäude	3.800
Umstellung Fuhrpark	
PV Anlage Firmengebäude	30.000
Gesundheitsmanagement	5.000
Fortbildung MA	3.500

Realisierung der ökologischen Investitionen

2024

Getätigte Investition	Betrag (in €)	Anteil (in %)
PV-Anlage auf Firmendach excl. Einbau	17.500	

2023

Getätigte Investition	Betrag (in €)	Anteil (in %)
PV-Anlage auf Firmendach excl. Einbau	15.120	
Fahrradunterstand	4.750	
Umgestaltung Begrünung	3.800	

Finanzierte Projekte

2023

Projekt	Betrag (in €)	Anteil der Geldanlagen (in %)
Ankauf von Genossenschaftsanteilen DDE	5.500	

In 2024 wurden keine Anteile erworben, dafür wird der Bestand in 2025 um 16 Anteile erhöht - das entspricht dann 61 Anteilen.

Fonds-Veranlagungen

Keine Veranlagungen vorhanden

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

- Einbau PV-Anlage am Betriebsgebäude
- Fahrrad oder E-Bike Förderung inkl. Fahrradunterstand mit Lademöglichkeit
- Umgestaltung Begrünung Gebäude

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Umstellung der Firmenfahrzeugflotte auf ökologisch sinnvollere Fahrzeuge
- Digitalisierung Workflow

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Bis zu 30% des aktualisierten Sanierungsbedarfs wurden realisiert. Mind. 60% der Neuinvestitionen führen zu einer deutlichen Verbesserung der sozial-ökologischen Auswirkungen im Unternehmen und mehrheitliche Veranlagung in ethisch-nachhaltige/ sozial-ökologische Projekte.

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?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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

Den Umstieg auf nachhaltige Dämmstoffe werden wir im Verkaufsgespräch stärker anbieten.

Kontinuierliche Weiterbildung im Bereich Kreislaufwirtschaft und ökologische Materialien

Um den ökologischen Nutzen unserer Dienstleistungen weiter zu verbessern, informieren wir uns ständig im Bereich nachhaltiger Werkstoffe. Zudem arbeiten wir an einem Kreislaufwirtschaftskonzept für Betondachsteine mit.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Den Umstieg auf nachhaltige Dämmstoffe werden wir im Verkaufsgespräch stärker anbieten.

Die Wiederverwendbarkeit bzw. die Zuführung von Materialien in den Kreislauf werden wir unseren Kund*innen verstärkt anbieten.

Kontinuierliche Weiterbildung im Bereich Kreislaufwirtschaft und ökologische Materialien

Um den ökologischen Nutzen unserer Dienstleistungen weiter zu verbessern, informieren wir uns ständig im Bereich nachhaltiger Werkstoffe. Zudem arbeiten wir an einem Kreislaufwirtschaftskonzept für Betondachsteine mit.

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?

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 Berührungsgruppen 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 weitere Zukunft ist aber angedacht, die Fortführung des Unternehmens aus den eigenen Reihen zu organisieren. Einer unserer Projektleiter befindet derzeit in der Meisterausbildung, ein anderer Mitarbeiter denkt über diese Möglichkeit nach. Aktuell besteht hier kein Handlungsbedarf.

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %)

2024	
Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	100
Führungskräfte	
Mitarbeitende	
Kund*innen	
Lieferant*innen	
weiteres Umfeld	
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	
Summe	100

2023

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

Selbsteinschätzung



Basislinie

Bestehende Eigentumsstruktur aus Gründer*innen und/ oder deren Nachfolger*innen.

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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 bzw. eine Geschäftsführerin und evtl. auch ein Nachfolger bzw. eine Nachfolgerin als Eigentümer*in findet.

Berührungsgruppe C

Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Berichtsfragen

Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?

Welche Maßnahmen zu betrieblicher Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz wurden umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?

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

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. 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 und essen wir gern zusammen oder gehen zum Eishockey.

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 und zur PSA 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 seit 2023 halten wir einen Gesundheitstag ab. Dabei standen beim ersten Mal Resilienz, gesunde Ernährung und Rückenkraft im Vordergrund. Im zweiten Jahr haben wir uns in einem ganztägigen Workshop mit dem DISG-Persönlichkeits-Modell beschäftigt, um unser individuelles Potenzial noch besser ausschöpfen zu können. Im Jahr 2025 haben wir am Gesundheitstag das Programm "Fit für Morgen" durchlaufen und möchten auf dieser Basis weiterarbeiten. Seit 2025 fördern wir auch das Dienstradleasing, um unsere Mitarbeiter*innen zum einen fitter zu machen und zum anderen auch die ökologische Mobilität zu fördern.

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.

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

2024

7,96 Jahre

2023

7,38 Jahre

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

2024

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Fachliche Weiterbildung	Mitarbeitende	6
Erste-Hilfe-Kurs	Mitarbeitende	8
Sicherheitsunterweisung Kran	Mitarbeitende	8
Transformationskongress	Führungsebene	8
Zukunftstag Handwerk MUC	Führungsebene	9
Gesundheitstag	Mitarbeitende + Führungsebene 2	7

2023

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Fachliche Weiterbildung	Mitarbeitende	5
Erste-Hilfe-Kurs	Mitarbeitende	8
Sicherheitsunterweisung Kran	Mitarbeitende	8
Gesundheitstag	Mitarbeitende	6
Zukunftstag Handwerk MUC	Führungsebene 2	9

Gesundheits-/ Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)

2024

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
Alle	4,89

2023

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
Alle	4,81

Die Krankenquote ist über alle Mitarbeiter*innen hinweg - ohne Aufteilung nach Altersgruppen (es gibt nur 2 MA > 55)

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

2024

0 Tage

2023

0 Tage

Wir gehen davon aus, dass ein MA, der bzw. die sich krank meldet auch krank ist und dann zu Hause bleibt.

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

2024

Unfallart / Ausmaß	Anzahl
Arbeitsunfall < 6 Wochen KML	2
Arbeitsunfall > 6 Wochen KML	1

2023

Unfallart / Ausmaß	Anzahl
Arbeitsunfall < 6 Wochen KML	4
Arbeitsunfall > 6 Wochen KML	0

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)

Wir möchten 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 römisch-katholische, evangelisch-lutherische und Mitarbeiter*innen ohne Religionszugehörigkeit bzw. Muslimischen Glaubens. Von allen Mitarbeitenden sind 8 nicht in Deutschland geboren. Wir beschäftigen Männer und Frauen. Bis auf eine Mitarbeiterin und zwei Mitarbeiter sind alle Beschäftigten max. 55 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

2024

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
Gesundheitstag - DISG-Modell	7

2023

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
Gesundheitstag - Ernährung/Rückengesundheit	6

Durchschnittliche Karenzdauer von Müttern

2024

0 Monate

2023

0 Monate

In beiden Jahren hatten wir keine Mitarbeitende in Elternzeit.

Durchschnittliche Karenzdauer von Vätern

2024

1 Monate

2023

1,5 Monate

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Sensibilisierung der Mitarbeiter*innen für gesunde und ökologische Pausenverpflegung

Jährlicher Gesundheitstag für alle MA mit jeweils wechselnden Themenbereichen;

Verbesserungspotenziale/Ziele

Gesundheitsmanagement

Durch ein auf uns zugeschnittenes Sport- und Fitnessangebot wollen wir die Gesundheit und Resilienz unserer Mitarbeitenden verbessern.

Dienstradleasing einführen

Dienstradleasing mit Zuschuss AG einführen

Selbsteinschätzung

**Erfahren**

Wirkung bzw. Erfolge aufgrund von Maßnahmen zur Förderung bzw. Verbesserung einer mitarbeitendenorientierten Unternehmenskultur, der Gesundheit am Arbeitsplatz bzw. Förderung von Diversität sind sichtbar und werden analysiert. Maßnahmen sind breit umgesetzt.

C1.2 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen**Berichtsfrage**

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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 daran setzt, 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?

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 2 laut diesem Tarifvertrag schon bei € 16,00. Zusätzlich bieten wir diverse übertarifliche Zuschläge und Sonderzahlungen (z. B. Verpflegungsmehraufwand, Werbekostenzuschüsse, baV, Zuschüsse zur Kinderbetreuung, zum Dienstradleasing und zum Fitnessstudio).

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. Außergewöhnliche 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*innen die Möglichkeit an Sport- und kulturellen Veranstaltungen teilzunehmen - zum Beispiel stellen wir kostenfrei Karten unseres Partners ERC Ingolstadt zur Verfügung.

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

Da wir immer in Teams arbeiten, kann nicht jeder einzelne seine Arbeitszeit bestimmen. 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 in einem persönlichen Gespräch und passen die Zeiten entsprechend an.

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 Familienvater die Möglichkeit geboten, seine Arbeitszeiten auf eine 4-Tage-Woche zu reduzieren. Auch bei der Notwendigkeit von Betreuung (z. B. Kinderbetreuung) können wir Arbeitszeiten entsprechend anpassen. Da wir ein Familienbetrieb sind, finden wir bei Bedarf eine individuelle Lösung. Wir sind auch Mitglied im Netzwerk "Erfolgsfaktor Familie".

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.

Höchstverdienst

2024

11.900 €

2023

13.020 €

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.

Mindestverdienst

2024

2.600 €

2023

3.005 €

Wir haben hier nur Vollzeit MA berücksichtigt (keine Azubis usw.).

Die Stundenlöhne richten sich nach dem Ausbildungsstand, daher gibt es hier Schwankungen. In 2024 haben wir einen komplett ungelernten Helfer eingestellt, dessen Stundenlohn daher noch entsprechend gering ist (allerdings deutlich über dem gesetzlichen Mindestlohn liegt). Durch die Begleitung und das Anlernen durch unsere Facharbeiter*innen bzw. Meister*innen (ähnlich wie bei der Lehrlingsausbildung) fördern wir diesen Mitarbeiter und können ihm so in Zukunft (geplant für Anfang/Mitte 2026) auch einen höheren Stundenlohn bezahlen.

Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst)

2024

1: 4,58

2023

1: 4,33

Medianverdienst

Keine Angabe

Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

2024

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Ingolstadt	2.900

2023

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Ingolstadt	2.700

Unternehmensweit definierte
Wochenarbeitszeit (z.B. 38
Stunden)

2024

40 Stunden

2023

40 Stunden

Tatsächlich geleistete
Überstunden

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.

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

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

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?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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.

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?

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 bzw. bei einem regionalen Bäcker oder dem "Obstkistl". Bei der Verpflegung im Rahmen von Workshops oder Fortbildungen bei uns im Haus legen wir Wert auf eine vollwertige, vitaminreiche und zumeist vegetarische Brotzeitverpflegung. Damit nehmen wir (hoffentlich) auch Einfluss auf das Verhalten unserer Mitarbeiter*innen und sensibilisieren Sie für dieses Thema.

Baustellen: Den Mitarbeiter*innen, die überwiegend auf verschiedenen Baustellen unterwegs sind, stellen wir im Sommer Getränke zur Verfügung (siehe oben). An der Theke gab es früher abends immer Süßigkeiten. Seit unserer ersten Gemeinwohlbilanzierung und der damit verbundenen Ausweitung unseres BGM, haben wir auf "Studentenfutter" umgestellt. Dieses beziehen wir von einem örtlichen Anbieter in großen Mehrwegverpackungen.

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?

Nachdem wir als Azubiprojekt schon einen Fahrradunterstand mit PV-Anlage als Lademöglichkeit für E-Bikes umgesetzt haben, möchten wir die Nutzung von Fahrrädern weiter fördern und bieten ab dem Frühjahr 2025 die Möglichkeit des Dienstradleasings an. Wir unterstützen dieses Angebot zusätzlich durch Zahlung eines Arbeitgeberzuschusses zur Leasingrate. Die Sensibilisierung für ökologische und regionale Pausenverpflegung haben wir in unser BGM aufgenommen und setzen unsere Bemühungen bei allen Veranstaltungen weiter fort. Auch im Bereich Circular Economy haben wir eine Weiterbildung in Planung.

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

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft2024
50 %2023
50 %

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

Anteil der Anreise mit PKW/ öffentlichen Verkehrsmitteln/ Rad/ zu Fuß

2024

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	0
Rad	14
PKW	77
Öffentliche Verkehrsmittel	9
Summe	100

2023

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	0
Rad	19
PKW	73
Öffentliche Verkehrsmittel	8
Summe	100

Natürlich ist uns bewusst, dass der Anteil an PKW Anreisen relativ hoch ist. Aufgrund der zeitlichen und örtlichen Gebundenheit ist die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln leider oft nicht möglich oder zumutbar. Des Weiteren fährt ein Teil unserer Mitarbeiter*innen mit den Firmenfahrzeugen direkt von zu Hause aus Baustellen an. Soweit möglich, bilden wir aber Fahrgemeinschaften.

Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden2024
25 %2023
25 %

Anteil geschätzt, da keine genauen Daten vorliegen;

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Fahrrad oder E-Bike Förderung inkl. Fahrradunterstand mit Lademöglichkeit

Sensibilisierung der Mitarbeiter*innen für gesunde und ökologische Pausenverpflegung

Verbesserungspotenziale/Ziele

Dienstradleasing einführen

Dienstradleasing mit Zuschuss AG einführen

Sensibilisierung der Mitarbeiter*innen für gesunde und ökologische Pausenverpflegung

Workshop "Kreislaufwirtschaft" für Mitarbeitende

Um auch unsere Mitarbeiter*innen für das Thema Circular Economy zu sensibilisieren, veranstalten wir im Frühjahr 2025 einen Workshop (ausgearbeitet von der Fa. iCONDU GmbH). Hierbei wollen wir erfahren, was wir bereits machen und wo wir uns verbessern können.

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Klares Bekenntnis im Unternehmen zu nachhaltigen Ernährungsgewohnheiten, konsequente nachhaltige Mobilitätspolitik und punktuelle Integration ökologischer Aspekte in Weiterbildungsprogramme.

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?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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

Wir bestätigen, dass wir unökologisches Verhalten weder fördern noch dulden. Selbstverständlich ist uns bewusst, dass es im Bereich unseres Fuhrparks Verbesserungspotenzial gibt, dass wir bei Auslauf von bestehenden Verträgen (wie in Teilen bereits geschehen) bzw. bei entsprechend technisch und finanziell möglichen Alternativen auch nutzen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

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

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?

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. Im Zuge der Digitalisierung unseres Workflows wird die Durchgängigkeit und Zugänglichkeit sukzessive verbessert.

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. Zudem haben wir uns mit dem DISG-Persönlichkeitsmodell beschäftigt und planen, diese Erkenntnisse zukünftig für die Auswahl von neuen Mitarbeiter*innen zu nutzen.

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.

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung)

2024
65 %
2023
65 %

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

2024
90 %
2023
90 %

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/ Mitwirkung/

2024

Mitentscheidung getroffen
werden

80 %

2023

80 %

Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt C4.1

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

Digitalisierung Workflow

Selbsteinschätzung



Erfahren

Einige Entscheidungen werden möglichst konsensual mit Mitarbeitenden getroffen, inkl. Bestellung und Abwahl der Führungskräfte. Ein Großteil der kritischen Daten ist transparent, leicht verfügbar und verständlich aufbereitet. Mehrjährige Praxis.

C4.2 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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

Wir bestätigen, dass keine Verhinderung eines Betriebsrates vorliegt. Jedoch ist niemand unserer Mitarbeiter*innen 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.

Berührungsgruppe D

Kund*innen und Geschäfts- partner*innen

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?

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 und unseren Fahrzeugen. 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, 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, 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. Der Zugang zu unserem Büro ist barrierefrei, zudem besteht die Möglichkeit von Videoberatungen. Unsere Website ermöglicht über einfache Formulare den Zugang zu unseren Leistungen. Für zum Beispiel sehbehinderte Menschen stehen wir mit allen Informationen auch telefonisch zur Verfügung. Für die Zukunft überlegen wir, unsere Website barrierefrei zu gestalten, falls das technisch und finanziell möglich ist. In der Vergangenheit haben wir aber auch für seh- oder hörbehinderte Menschen immer eine (unkonventionelle) Möglichkeit gefunden, unsere Leistungen zu nutzen. 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.

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

2024		
Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Werbe- und Marketingmaßnahmen gesamt	73.000	100
Bastelstation	800	1
Gewerbemesse	11.800	16
Vereinssponsoring	14.600	20
Imagefilm	13.650	19

2023		
Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Werbe- und Marketingmaßnahmen insgesamt	57.917	100
Bastelstation	1.248	2
Gewerbemesse	4.677	8
Vereinssponsoring	14.845	26

Fixe Bestandteile der Bezahlung
von Verkaufsmitarbeitenden

2024
0 %
2023
0 %
Wir beschäftigen keine Verkaufsmitarbeitenden.

Umsatzabhängige Bestandteile
der Bezahlung von
Verkaufsmitarbeitenden

2024
0 %
2023
0 %
Wir beschäftigen keine Verkaufsmitarbeitenden.

Interne Umsatzvorgaben von
Seiten des Unternehmens: ja/
nein?

2024
Nein
2023
Nein

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

2024
0 %
2023

0 %

Anteil statistisch nicht erhoben bzw. nicht erhebbar.

Wir können - schon aus datenschutzrechtlichen Gründen - nicht erheben, ob unsere Kund*innen in irgendeiner Form benachteiligt sind - egal, ob körperlich oder geistig. Das müsste von Kund*innenseite offen kommuniziert werden und das geschieht in der Regel nicht. Außerdem sind wir in diesen Fällen eher lösungsorientiert und versuchen unseren Kund*innen den bestmöglichen Zugang zu unseren Leistungen zu ermöglichen. Benachteiligungen in finanzieller Hinsicht können wir nicht erfassen, denn nicht jede Förderung (zum Beispiel durch die KfW) geschieht, weil jemand benachteiligt ist.

Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt

Reparaturauftrag auf Website anpassen

Verbesserungspotenziale/Ziele

Kostenrechner für PV-Anlage in Website implementieren

Barrierefreie Website erstellen

Selbsteinschätzung



Erfahren

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

D1.2 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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?

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

Wir kooperieren im Bereich Energiebedarfsberechnung mit einer Energieberatung und im Bereich PV-Anlagen und Kranvermietung mit einem Dachdeckerkollegen sowie einem Zimmererkollegen 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. Seit der Wahl des GF zum Obmann der Dachdeckerinnung München-Oberbayern für den Bereich Ingolstadt und Pfaffenhofen wird der Austausch zwischen den Betrieben forciert - z.B. durch regelmäßige quartalsmäßige Treffen. Über die Mitgliedschaft im Verein BVMW e.V. in der Region 10 wird die Vernetzung mit Betrieben vor Ort verstärkt und führt dabei auch zu Kooperationen - zum Beispiel in den Bereichen Workshops für Mitarbeiter*innen oder auch beim Bedrucken von Firmenkleidung.

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,...). 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 oder bieten Azubis die Möglichkeit, in eine andere Firma "hineinzuschnuppern".

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?

2024

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

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

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

2023

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

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

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

Vortrag und Diskussion bei der jährlichen Fortbildung der Betriebsberater*innen aller deutschen HWKs zum Thema Nachhaltigkeitsberichterstattung und GWÖ; Mitarbeit Forschung - z. B. LFI;

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

Es wurden in den Berichtsjahren 2023+2024 keine Arbeitskräfte weitergegeben.

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

Es wurden in den Berichtsjahren 2023+2024 keine Aufträge weitergegeben.

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

2024

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

2023

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

Es wurden in den Berichtsjahren 2023+2024 keine Finanzmittel weitergegeben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D2.1

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

Verbesserungspotenziale/Ziele

Regelmäßiger Austausch mit den Dachdeckerkolleg*innen der Region 10.

Selbsteinschätzung



Erste Schritte

Offene Grundhaltung zu Mitunternehmen, Kooperationen auf Anfrage, Bereitschaft zu solidarischem Handeln, auf Hilferufe und Bitten wird reagiert.

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

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Kooperation mit regional ansässigem Zimmererkollegen im Bereich Spenglerei und Abdichtungsarbeiten

Austausch mit Kolleg*innen der Region 10

Durch die Tätigkeit von Hans Spindler als Obmann der Dachdeckerinnung München-Oberbayern mit dem Zuständigkeitsbereich Ingolstadt-Pfaffenhofen und die schon bestehende Kooperation mit dem Obmannkollegen für die Region Eichstätt wurde auch der Austausch mit den anderen Kolleg*innen intensiviert. Für das Jahr 2025 sind regelmäßige "Dachdeckerstammtische" geplant, um zum Beispiel Aktionen zur Azubigewinnung zu koordinieren.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Dachdeckerstammtisch

Der Austausch mit den Kolleg*innen in der Region 10 soll durch regelmäßige "Dachdeckerstammtische" intensiviert werden. Besonders die Koordination von Aktionen zur Azubigewinnung soll dabei im Fokus stehen.

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?

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 unsere 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 die Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung der Stadt Ingolstadt bei einem Solution LAB zum Thema "Nachhaltiges Bauen" haben wir guten Kontakt zur Forschung und zur Industrie geschlossen. Die Expertise dieser Stakeholder können wir bei der Beurteilung neuer Materialien gut nutzen. Durch den Einsatz von DMS-Systemen sowie entsprechender Software konnten wir den Einsatz von Papier stark reduzieren, ebenso durch den Übergang zum strikten Mailverkehr.

Mit unseren Mitarbeiter*innen wollen wir einen Workshop zur Kreislaufwirtschaft durchführen, um das Bewusstsein dafür zu stärken und Ideen für unsere Arbeit zu entwickeln.

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

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D3.1

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.

Kontinuierliche Weiterbildung im Bereich Kreislaufwirtschaft und ökologische Materialien

Um den ökologischen Nutzen unserer Dienstleistungen weiter zu verbessern, informieren wir uns ständig im Bereich nachhaltiger Werkstoffe. Zudem arbeiten wir an einem Kreislaufwirtschaftskonzept für Betondachsteine mit.

Die Wiederverwendbarkeit bzw. die Zuführung von Materialien in den Kreislauf werden wir unseren Kund*innen verstärkt anbieten.

Größeres Angebot an PV-Anlagen

Wir bieten inzwischen sowohl dachintegrierte als auch aufgeständerte Lösungen an.

Ersatz von Materialien durch ökologisch sinnvolle Alternativen im Bereich Wärmedämmstoffe

Verbesserungspotenziale/Ziele

Kreislaufwirtschaft "Bau" am Beispiel Betondachsteine

Nach unserem Solution LAB mit der IFG Ingolstadt (Wirtschaftsförderung) zum Thema "Nachhaltiges Bauen" im Juni 2024 hat sich ein Gipfeltreffen "Bau" etabliert. Hier versuchen wir in Kooperation (Handwerk, Entsorger, Stadt, Industrie) am Beispiel Betondachsteine den Materialkreislauf zu schließen.

Workshop "Kreislaufwirtschaft" für Mitarbeitende

Um auch unsere Mitarbeiter*innen für das Thema Circular Economy zu sensibilisieren, veranstalten wir im Frühjahr 2025 einen Workshop (ausgearbeitet von der Fa. iCONDU GmbH). Hierbei wollen wir erfahren, was wir bereits machen und wo wir uns verbessern können.

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Das Unternehmen verfügt über Daten zu ökologischen Auswirkungen. Es gibt eine Strategie und erkennbare Maßnahmen in Bezug auf das gesamte Portfolio. Produkte und Dienstleistungen haben größtenteils geringere ökologische Auswirkungen pro Nutzeneinheit als vergleichbare Alternativen. Zu sämtlichen Produkten und Dienstleistungen werden den Kund*innen standardmäßig Informationen zu ökologischen Auswirkungen zur Verfügung gestellt, Bewusstseinsbildung im Sinne maßvoller Nutzung wird gefördert.

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

Berichtsfrage

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

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D3.2

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

Verbesserungspotenziale/Ziele

Ersatz von Materialien durch ökologisch sinnvolle Alternativen im Bereich Abdichtungsmaterialien

Ersatz von Materialien durch ökologisch sinnvolle Alternativen im Bereich Wärmedämmstoffe

Kreislaufwirtschaft "Bau" am Beispiel Betondachsteine

Nach unserem Solution LAB mit der IFG Ingolstadt (Wirtschaftsförderung) zum Thema "Nachhaltiges Bauen" im Juni 2024 hat sich ein Gipfeltreffen "Bau" etabliert. Hier versuchen wir in Kooperation (Handwerk, Entsorger, Stadt, Industrie) am Beispiel Betondachsteine den Materialkreislauf zu schließen.

Kontinuierliche Weiterbildung im Bereich Kreislaufwirtschaft und ökologische Materialien

Um den ökologischen Nutzen unserer Dienstleistungen weiter zu verbessern, informieren wir uns ständig im Bereich nachhaltiger Werkstoffe. Zudem arbeiten wir an einem Kreislaufwirtschaftskonzept für Betondachsteine mit.

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)?

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 zumeist online (Anfrageportal, Online-Reparaturauftrag bzw. Kostenrechner auf unserer Webseite) 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. Alle Kund*innen können nach Abschluss der Arbeiten unsere Leistungen über ein Portal bewerten (siehe Anlage).

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.

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

Hierzu gibt es keine verifizierten Erhebungen.

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

Keine Angabe möglich;

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

Reparaturauftrag auf Website anpassen

Verbesserungspotenziale/Ziele

Kostenrechner für PV-Anlage in Website implementieren

Konzept zur partizipationsorientierten Kund*innenbeziehung & Produkttransparenz erstellen

Selbsteinschätzung

**Erste Schritte**

Kund*innenfeedback wird gelegentlich gesucht. Ein interner Überblick über die Wertschöpfungskette ist teilweise vorhanden. Ein Konzept zur Veröffentlichung der Preisbestandteile existiert.

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 schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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?

Wir können leider nicht bestätigen, dass die von uns verwendeten Produkte keine Schadstoffe enthalten. Wir können aber bestätigen, dass im verarbeiteten Zustand keine schädlichen Nebenwirkungen zu erwarten sind.

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.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt**Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D4.2**

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

Verbesserungspotenziale/Ziele

Ersatz von Materialien durch ökologisch sinnvolle Alternativen im Bereich Abdichtungsmaterialien

Berührungsgruppe E

Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen

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 unseren Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert (Orientierung an UN-Entwicklungszielen, siehe vertiefende Online-Informationen)?

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 ausspielen - 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 sowohl dem Schutz des Gebäudes (starke Aufheizung wird verhindert), halten aber auch Regenwasser zurück und erhöhen die Biodiversität, da sie Pflanzen und Tieren Lebensraum bieten.

Welche gesellschaftlichen und ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unseren 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 Workshop erarbeitet und in einem Schaubild dargestellt - siehe Anlage.

**Anteil in % des
Gesamtumsatzes für erfüllte
Grundbedürfnisse**

2024
95 %

2023
95 %

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

Da unserer Einschätzung nach rund 95 % unseres Umsatzes direkt aus Leistungen zur Reparatur, Errichtung, Sanierung und energetischen Optimierung von Dächern sowie der Integration von Photovoltaik- und Begrünungssystemen stammen, deckt dieser Anteil unmittelbar die Grundbedürfnisse Schutz, Sicherheit, Wohnen, Gesundheit und verlässliche Energieversorgung ab. Nur etwa 5 % entfallen auf rein ästhetische Premium-Optionen ohne funktionalen Mehrwert, weshalb wir die Erfüllung der Grundbedürfnisse mit 95 % beziffern.

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

2024
5 %

2023
5 %

Auch mit Luxusausführungen werden die Grundbedürfnisse erfüllt.

**Anteil in % des
Gesamtumsatzes für
Entwicklung der Menschen**

2024
90 %

2023
90 %

**Anteil in % des
Gesamtumsatzes für
Entwicklung der Erde/
Biosphäre**

2024
60 %

2023
50 %

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

2024
85 %

2023
80 %

Siehe oben bzw. SDG-Schaubild

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

2024
100 %

2023
100 %

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

2024
0 %

2023
0 %

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

2024
5 %

2023
5 %

**Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt** **Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E1.1**

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

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E1.2

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

Kontinuierliche Weiterbildung im Bereich Kreislaufwirtschaft und ökologische Materialien

Um den ökologischen Nutzen unserer Dienstleistungen weiter zu verbessern, informieren wir uns ständig im Bereich nachhaltiger Werkstoffe. Zudem arbeiten wir an einem Kreislaufwirtschaftskonzept für Betondachsteine mit.

Kreislaufwirtschaft "Bau" am Beispiel Betondachsteine

Nach unserem Solution LAB mit der IFG Ingolstadt (Wirtschaftsförderung) zum Thema "Nachhaltiges Bauen" im Juni 2024 hat sich ein Gipfeltreffen "Bau" etabliert. Hier versuchen wir in Kooperation (Handwerk, Entsorger, Stadt, Industrie) am Beispiel Betondachsteine den Materialkreislauf zu schließen.

Größeres Angebot an PV-Anlagen

Wir bieten inzwischen sowohl dachintegrierte als auch aufgeständerte Lösungen an.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Ersatz von Materialien durch ökologisch sinnvolle Alternativen im Bereich Abdichtungsmaterialien

Ersatz von Materialien durch ökologisch sinnvolle Alternativen im Bereich Wärmedämmstoffe

Kontinuierliche Weiterbildung im Bereich Kreislaufwirtschaft und ökologische Materialien

Um den ökologischen Nutzen unserer Dienstleistungen weiter zu verbessern, informieren wir uns ständig im Bereich nachhaltiger Werkstoffe. Zudem arbeiten wir an einem Kreislaufwirtschaftskonzept für Betondachsteine mit.

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Ein Großteil der Produkte/ Dienstleistungen dient darüber hinaus der gesunden Entwicklung der Menschen. Informationen über gesellschaftliche (Lösungs-) Möglichkeiten erreichen Menschen, die über die eigenen Kund*innen hinausgehen.

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?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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.

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?

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 und kirchlichen Einrichtungen. Wir unterstützen den lokalen Sport durch Zuwendungen an mehrere Vereine - unter anderem den ERC Ingolstadt e.V.. Durch die Unterstützung von Sportvereinen fördern wir die Gesundheit und Bewegung von Kindern und Jugendlichen. Bei Veranstaltungen der Handwerkskammer bzw. des Branchenverbandes zeigen wir Jugendlichen die Möglichkeiten und Chancen einer handwerklichen Ausbildung. Auch bei uns im Betrieb bieten wir ganzen Schulklassen die Möglichkeit einer Betriebserkundung und bieten darüber hinaus Praktika an. 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 Betriebsgründung 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.

Durch die Mitarbeit im Marketingausschuss des Zentralverbandes der Deutschen Dachdecker in Köln inkl. der Aktion Dach sowie auch im PR-Ausschuss des Landesverbandes der Dachdecker in München, tragen wir zur Verstärkung der Außendarstellung und der Azubiakquise aller Betriebe bei. Der eigene Nutzen steht dabei nicht im Vordergrund.

Durch Vorträge und die Teilnahme an Veranstaltungen und Podiumsdiskussionen tragen wir die Idee der GWÖ in die Breite der Bevölkerung und der Unternehmen. Zum Beispiel haben wir zusammen mit unserem Peergruppenpartner iCONDU GmbH vor Studierenden der THI Neuburg einen Vortrag zur GWÖ gehalten.

Ebenso haben wir die Idee der GWÖ und des nachhaltigen Wirtschaftens (Thema "Wirtschaft einfach mal neu denken") im Rahmen eine Fortbildung von Betriebsberater*innen der deutschen Handwerkskammern vorgetragen. Auch hier

standen der Austausch und die Diskussion über die Ideen der Gemeinwohlorientierung im Vordergrund und nicht der unternehmerische Nutzen.

Durch unsere Teilnahme am Solution LAB der IFG Wirtschaftsförderung Ingolstadt haben wir einen guten Kontakt zur Industrie und zu Forschungseinrichtungen herstellen können. Durch den Besuch der Fa. BMI haben wir die Idee der Kreislaufwirtschaft an einem speziellen Produkt vorantreiben können. Sicher bietet das auch uns als Unternehmen für die Zukunft einen Nutzen, aber selbstverständlich auch allen anderen Betrieben und vor allem der Um- bzw. Mitwelt.

Die Tätigkeit als Obmann der Dachdeckerinnung München-Oberbayern ist ebenfalls ein freiwilliges ehrenamtliches Engagement für alle Betriebe in der Region 10. Der Nutzen für uns besteht darin, dass wir eine neue bzw. bessere Zusammenarbeit fördern - z. B. im Hinblick auf die Akquise von neuen Azubis.

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.). Die Vorträge und Diskussionen zur Gemeinwohlbilanzierung sollen auf lange Sicht zu einer neuen Sichtweise und Neuorientierung bei anderen Unternehmer*innen und der Gesellschaft führen.

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.

Erlöse	2024
	4.256.425 €
	2023
	3.305.452 €

Abgaben	2024
	736.583 €
	2023
	679.401 €

Subventionen	2024
	24.744 €
	2023
	26.710 €

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. In 2024 haben wir eine Förderung der Stadt Ingolstadt für unsere PV-Anlage erhalten.

Wertschöpfung	2024
	1.493.425 €
	2023
	1.405.217 €

Hier wurde die Summe der Löhne und Gehälter inkl. Jahresüberschuss erfasst.

Netto-Abgabenquote	2024
	49 %
	2023
	48 %

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % des Umsatzes	2024
	0,45 %
	2023
	0,17 %

2023: Hier haben wir das Spendenaufkommen in Höhe von € 5469,00 als Grundlage verwendet; die freiwilligen Leistungen wurden erst ab 2024 als Projekt in der Stundenerfassung erhoben und sind hier daher nicht enthalten;

2024: Hier haben wir das Spendenaufkommen in Höhe von € 6938,00 inkl. der freiwilligen Leistungen in Form von 192 Stunden x € 86,00 (Verrechnungssatz in der Kalkulation) = € 16512,00 angesetzt; für den Eigennutzen haben wir diesen Betrag mit 0,75 multipliziert;

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % der Gesamtjahresarbeitszeit	2024
	0,51 %

2023: Die freiwilligen Leistungen wurden erst ab 2024 als Projekt in der Stundenerfassung erhoben und können hier somit nicht verifiziert werden;

2024: 192 Stunden x 0,75 (wie oben, für Eigennutzen) = 144 Stunden - Gesamtstunden 28352

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.
------------------------------	---

Teilnahme an Vorträgen und Diskussionen zur GWÖ	Es besteht noch viel Skepsis gegenüber der GWÖ und von daher sind wir der Meinung, dass wir nur durch Best Practice Beispiele die Menschen und Unternehmen von dieser Idee überzeugen können. Deshalb nehmen wir sich bietende Gelegenheiten wahr, um über unsere Erfahrungen zu referieren und über die Vorteile der GWÖ als Nachhaltigkeitsberichterstattung und Managementtool zu berichten.
--	---

Selbsteinschätzung

**Fortgeschritten**

Die grundsätzliche Bereitschaft über Steuern und Abgaben einen fairen Beitrag zum Gemeinwesen zu leisten, ist im Unternehmen klar erkennbar. Das Unternehmen setzt konkrete Maßnahmen, um einen angemessenen Beitrag zu leisten. Freiwillige Leistungen erfolgen in erhöhtem Ausmaß und nur bei plausiblen Wirkungszusammenhängen. Erste Formen der Wirkungsüberprüfung sind vorhanden.

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?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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?

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. In den beiden Berichtsjahren 2023 + 2024 hatten wir auch jeweils zwei größere Baustellen im Raum München. Da unsere Mitarbeiter*innen fast alle Familie haben, wurde das Angebot der bezahlten Übernachtung vor Ort nur sporadisch genutzt. Durch die täglichen Fahrten hat sich deshalb der Verbrauch von Benzin bzw. Diesel erhöht. 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 bzw. nicht erfassbar (siehe Anlage). Ebenso entsteht Wasserverbrauch eigentlich nur am Büro-/Lagergebäude. Lärm erzeugen wir in untergeordneter Relevanz durch Maschinen. Um unsere Mitarbeiter*innen und die Umwelt vor zu großer Lärmbelastung durch veraltete Maschinen zu schützen, haben wir ein Flottenmanagement der Firma Hilti installiert. Dabei werden alte Maschinen ausgetauscht bzw. soweit möglich repariert, sodass wir immer mit lärmemissionsarmen Gerät arbeiten können.

Selbstverständlich wird auch Energie in der Herstellung der von uns verwendeten Materialien verbraucht, die wir für unsere Dienstleistungen benötigen. Diese Emittenten können wir aufgrund der Vielfalt an Materialien nicht erfassen.

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

Wir haben Daten gemäß den Vorgaben der CO₂-Bilanz erfasst und veröffentlicht (siehe Anlage).

Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?

Die jeweils aktuellen Daten werden unter <https://dachdeckerei-spindler.de/nachhaltigkeit/> veröffentlicht.

Relevante Umweltkonten des Unternehmens

2024

2023

Alle relevanten und erhebbaren Daten sind in der CO₂-Bilanz enthalten - siehe Anlage
0,015659 CO₂e/€ Umsatz

2009,34 CO₂e/MA

Kompensationskosten bei angenommen € 15,00/to € 769,10

2024

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

0,012596 CO₂e/€ Umsatz

2436,75 CO₂e/MA

Kompensationskosten bei angenommen € 15,00/to € 820,10

Die meisten unserer Mitarbeiter*innen arbeiten nicht am Standort, sondern auf oft täglich wechselnden Baustellen. Somit haben wir nur die Emittenten am Standort Büro/Lager erfasst. Indirekte Emissionen durch den Bezug von Leistungen und Produkten durch Dritte wurden nicht erhoben - mit Ausnahme des verbrauchten Propangases für Schweiß- und Abdichtungsarbeiten.

Im Berichtszeitraum wurde
umgesetzt

Einbau PV-Anlage am Betriebsgebäude

Umstellung der Firmenfahrzeugflotte auf ökologisch sinnvollere Fahrzeuge

Kontinuierliche Weiterbildung im Bereich Kreislaufwirtschaft und ökologische Materialien

Um den ökologischen Nutzen unserer Dienstleistungen weiter zu verbessern, informieren wir uns ständig im Bereich nachhaltiger Werkstoffe. Zudem arbeiten wir an einem Kreislaufwirtschaftskonzept für Betondachsteine mit.

Flottenmanagement für Maschinen

Verbesserungspotenziale/Ziele

Umstellung der Firmenfahrzeugflotte auf ökologisch sinnvollere Fahrzeuge

Ersatz von Materialien durch ökologisch sinnvolle Alternativen im Bereich Abdichtungsmaterialien

Ersatz von Materialien durch ökologisch sinnvolle Alternativen im Bereich Wärmedämmstoffe

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Das Unternehmen kennt seine Ressourcennutzung und Emissionen sowie den ökologischen Fußabdruck, erhebt Kennzahlen zu den wesentlichen Umweltkonten und verfügt über Optimierungsstrategien.

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?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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.

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?

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. Die GWÖ-Bilanz ist in geeigneter Form für die Öffentlichkeit auf unserer Website zugänglich. Unsere Steuerbilanz ist auf den entsprechenden Plattformen öffentlich zugänglich.

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 lauter 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.

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

2024

Ja

2023

Ja

Die Gemeinwohlbilanz für das Jahr 2022 ist veröffentlicht und auf unserer Webseite zugänglich. Genauso werden wir es mit der Berichterstattung für die Jahre 2023/2024 halten.

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

Aufgrund unserer Betriebsgröße und der Relevanz haben wir diesen Indikator nicht erfasst.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Veröffentlichung von Daten im Bereich des Gemeinwohls

Selbsteinschätzung



Fortgeschritten

Einfache gesellschaftliche Berichterstattung online oder in anderen leicht verfügbaren Publikationen; Veröffentlichung der Werthaltung des Unternehmens. Bei einigen relevanten Projekten werden aktiv relevante Berührungsgruppen einbezogen und Argumente ausgetauscht. Ausreichende, leicht zugängliche Dokumentation.

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?

Wir bestätigen, dass dieser Aspekt für unser Unternehmen nicht zutrifft.

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

Veröffentlichung von Daten im Bereich des Gemeinwohls

Veröffentlichung von Daten im Bereich der Nachhaltigkeit

Kurzfristige Ziele

- Digitalisierung Workflow inkl. neuem CRM+ERP Programmen
- Dachdeckerstammtisch - regelmäßiger Austausch mit den Kolleg*innen in der Region 10
- Einbau von (integrierten) Photovoltaikanlagen ausbauen
- Nachhaltige Alternativdämmstoffe im Kund*innengespräch verstärkt anbieten
- Wiederverwendbarkeit bzw. Zuführung von Materialien in den Kreislauf im Kund*innengespräch verstärkt anbieten
- BGM inkl. jährlichem Gesundheitstag mit wechselnden Themenbereichen + Resilienzförderung der Mitarbeiter*innen
- Umstellung von auslaufenden KFZ-Leasingverträgen der Oberklassefahrzeuge auf Fahrzeuge mit Elektroantrieb und somit Einsparung von Benzin bzw. Diesel
- Dienstradleasing einführen
- Workshop "Kreislaufwirtschaft" für Mitarbeitende
- Initiative Kreislaufwirtschaft "Bau" am Beispiel Betondachsteine
- Kostenrechner für PV-Anlage auf Website implementieren
- Kooperation mit regional ansässigen Kollegen intensivieren
- Umsetzung aus Tabelle "Zukunftsinvestitionen" gemäß Angaben - inkl. Einbau eine PV-Anlage am Betriebsgebäude
- Nachhaltigkeitsberichte unserer Lieferant*innen Lieferantentabelle (sofern verfügbar) verlinken
- Flottenmanagement für Maschinen einführen
- Anschaffung von Betriebsgeräten

Langfristige Ziele

- Dachdeckerstammtisch - regelmäßiger Austausch mit den Kolleg*innen in der Region 10
- BGM inkl. jährlichem Gesundheitstag mit wechselnden Themenbereichen + Resilienzförderung der Mitarbeiter*innen
- Bewertung von Lieferant*innen inkl. der Lieferkette in Bezug auf Umgang mit Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit sowie Transparenz und ökologische Produkte gemäß Lieferantenliste
- Banken und Versicherungen auf ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln überprüfen
- 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
- Umsetzung aus Tabelle "Zukunftsinvestitionen" gemäß Angaben
- Stammkund*innen spezifisch informieren
- Initiative Kreislaufwirtschaft "Bau" am Beispiel Betondachsteine

- Konzept zur partizipationsorientierten Kund*innenbeziehung und Produkttransparenz erstellen
- Wiederverwendbarkeit bzw. Zuführung von Materialien in den Kreislauf im Kund*innengespräch verstärkt anbieten
- Kontinuierliche Weiterbildung im Bereich Kreislaufwirtschaft und ökologische Alternativmaterialien
- Barrierefreie Webseite erstellen
- Flexible, bedarfsorientierte Arbeitsregelungen anbieten

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU)

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 Gruppentreffen mit iCONDU GmbH, Datenrecherche

Hans Spindler, GF - Rücksprache und Gegenlesen

Melike Özgül, Assistentin der GF - Bereitstellung Lieferantentabelle, Rücksprache und Gegenlesen

Judith Wonderschütz, iCONDU GmbH - Recherche zu Lieferantentabelle

Carina Heyer, iCONDU GmbH - Rücksprache und Gegenlesen

Christina von Frankenberg, ecoembassy, GWÖ-Beraterin - Rücksprache und Gegenlesen

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

90 Stunden

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

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

Anhang

Anhang 1: Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner

A Lieferant*innen

5 wichtigsten Branchen, aus denen Sie Produkte/Dienstleistungen beziehen

In der Tabelle für 2024 fehlt folgende Branche (keine zusätzliche Zeile möglich):

S - Andere Dienstleistungen	Lieferanten - Speziell/Regional/Ökologisch	Deutschland	269.565
-----------------------------	--	-------------	---------

Dadurch würde sich die Summe der übrigen Lieferanten reduzieren auf:

Übrige Lieferanten	Überwiegende Herkunft:	Deutschland	568.544
--------------------	------------------------	-------------	---------

B Eigentümer*innen, Eigenkapital- und Finanzpartner*innen

C Mitarbeitende und Arbeitspartner*innen

Anzahl der Mitarbeitenden (in Vollzeitäquivalenten)

Inkl. Geschäftsführer

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 Geschäftspartner*innen

E Globale Gemeinschaft, Natur und Lebewesen

Anhang 2: Liste der Anlagen und Referenzen

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Angaben zu Beginn Das Unternehmen und das Gemeinwohl	20250218_Gipfeltreffen_Bau_-_Kreislaufwirtschaft_Ergebnisdarstellung.pdf	Anlage	
Angaben zu Beginn Das Unternehmen und das Gemeinwohl	241024_MiB_DGT_Faltflyer_Programm.pdf	Anlage	Transformationskongress THI
Angaben zu Beginn Das Unternehmen und das Gemeinwohl	Bild1.jpg	Anlage	
Angaben zu Beginn Das Unternehmen und das Gemeinwohl	EF_Mitglied_LOGO-2D_RGB_aktuell_Web_gross_480x480.jpg	Anlage	
Angaben zu Beginn Das Unternehmen und das Gemeinwohl	Präsentation_mit_Fotos_fertig.pptx	Anlage	Vortrag "Wirtschaft einfach mal neu denken" Kassel 2024
Angaben zu Beginn Das Unternehmen und das Gemeinwohl	Solution_Lab_-_Spindler-NH-Challenge_Social_Media_V2.png	Anlage	
Aspekt A3.1 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	Solution_Lab_24_Spindler_Nachhaltiges_Bauen_-_Ergebnisdarstellung_ynYbjMi.pdf	Anlage	
Aspekt B2.1 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	Zukunfts-_und_Sanierungsausgaben_alt_mit_Umsetzung_ApG8pt0.pdf	Anlage	
Aspekt B2.1 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	Zukunfts-_und_Sanierungsausgaben_neu_WNbTiFI.pdf	Anlage	
Aspekt B3.1 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	Zukunfts-_und_Sanierungsausgaben_alt_mit_Umsetzung_BtIH5Bz.pdf	Anlage	
Aspekt B3.1 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	Zukunfts-_und_Sanierungsausgaben_neu_d7b2PZ2.pdf	Anlage	
Aspekt C1.1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	Gesundheitstag_Ablauf_20-01-2023.pdf	Anlage	
Aspekt C2.1 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	180903-gemeinsame-erklaerung-akt-data.pdf	Anlage	Leitbild Erfolgsfaktor Familie
Aspekt D4.1 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz	20230306_visitenkarte_bewertung_050323.pdf	Anlage	
Aspekt E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	SDGs_Spindler.pdf	Anlage	Die SDG's haben wir in Zusammenarbeit mit allen Mitarbeiter*innen auf unser Unternehmen heruntergebrochen.
Aspekt E1.1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	Solution_Lab_24_Spindler_Nachhaltiges_Bauen_-_Ergebnisdarstellung.pdf	Anlage	
Aspekt E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen	CO2-Bilanz_2023.pdf	Anlage	
Aspekt E3.1 Reduktion ökologischer Auswirkungen	CO2-Bilanz_2024.pdf	Anlage	

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Berührungsgruppe A Lieferant*innen	Lieferantenliste_2023_weitere_Informationen.pdf	Anlage	
Berührungsgruppe A Lieferant*innen	Lieferantenliste_2024_weitere_Informationen.pdf	Anlage	
Berührungsgruppe A Lieferant*innen	Lieferantentabelle_2023_Stand_02.04.2025.pdf	Anlage	
Berührungsgruppe A Lieferant*innen	Lieferantentabelle_2024_Stand_02.04.2025.xlsx	Anlage	

Unternehmenslogo

GWÖ-Mitgliedschaft 20240701_GWÖ_Mitgliedsbestätigung_2024.pdf

SPINDLER Dachdeckerei-Spenglerei GmbH

Friedrichshofener Straße 20 a
85049 Ingolstadt

Verantwortliche Person: Jutta Spindler

Kompaktbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1
Berichtszeitraum: 01.01.2023 bis 31.12.2024

Erstellungsdatum: 17.07.2025

Dieser Bericht wurde in goodbalancer erstellt
www.goodbalancer.org

