







Gemeinwohl-Bilanz



DIE GEMEINWOHL-ÖKONOMIE





- Was ist die Gemeinwohl-Ökonomie?
- Was ist eine Gemeinwohl-Bilanz?



Die Gemeinwohl-Ökonomie wurde vom Österreicher **Christian Felber** ins Leben gerufen. **2010** hat er das Buch "Gemeinwohl-Ökonomie" (GWÖ) veröffentlicht, in dem er die Ideen dahinter beschreibt. Mittlerweile haben **mehr als 600 Unternehmen** nach der darin beschriebenen Art eine Bilanz erstellt.

Erfolg soll neu definiert werden.

Es soll **nicht mehr nur um Profite**, sondern **um das Gemeinwohl** gehen. Dafür sollen auch die Anreize verändert werden. Gutes Verhalten soll sich lohnen. Unternehmen, die viel für das Gemeinwohl machen, bekommen zum Beispiel steuerliche Vorteile, günstigere Kredite, Vorrang bei Ausschreibungen, ...



Der Beitrag zum Gemeinwohl wird in einer Bilanz berichtet und gemessen.

Wie leben wir als Unternehmen diese Werte	Wert Berührungsgruppe	- Menschenwürde	Solidarität und Gerechtigkeit	Ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz und Mitentscheidung
gegenüber diesen Gruppen?	A Lieferant*innen	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
	B Eigentümer*innen und Finanz- partner*innen	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investition und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung
Unsere Punktzahl:	C Mitarbeitende	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
300	D Kund*innen	D1 Ethische Kund*innen- Beziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	D3 Ökologische Auswir- kung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4 Kund*innen- Mitwirkung und Produkttransparenz
von -3600 bis +1000	E Gesellschaftliches Umfeld	E1 Sinn und gesell- schaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung



UNSERE LIEFERANT*INNEN

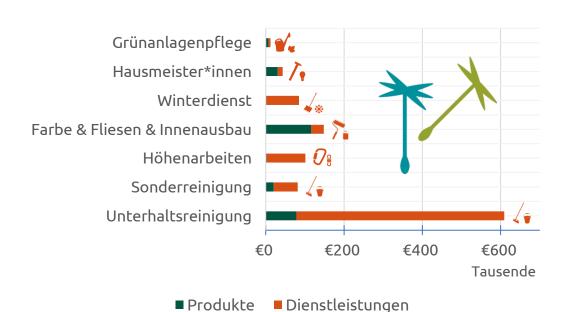




- Welche Produkte und Dienstleistungen kaufen wir ein?
- Wie sind unsere Beziehungen zu den Lieferant*innen?

26%

51 von 195 Punkten





Die Abteilungen Farbe & Fliesen & Innenausbau sowie Unterhaltsreinigung sind am materialintensivsten.

Regelmäßige Gespräche mit den Lieferant*innen sorgen für **Transparenz**, **Mitentscheidung und Fairness** in der Beziehung. Um alle Kund*innen-Wünsche erfüllen zu können, wird häufig mit Nach-Unternehmen zusammengearbeitet. Zugekaufte Dienstleistungen sind in allen Abteilungen hoch, vor allem jedoch in der *Unterhaltsreinigung*, dem *Winterdienst* und den *Höhenarbeiten*.

UNSERE LIEFERANT*INNEN





- Wie wird Nachhaltigkeit mitgedacht?
- Wie sehr kümmern sich die Lieferant*innen um das Thema?

PRODUKTE



DIENSTLEISTUNGEN



Die Beziehungen zu den Lieferant*innen bestehen seit vielen Jahren und beruhen auf Vertrauen und gegenseitiger Wertschätzung.





Mindestens ein **Drittel** der Produkte von Farbe & Fliesen und Innenausbau sowie Unterhaltsreinigung sind **ökologisch höherwertig**.



Mit Nach-Unternehmen wird ein **Dienstleistungsvertrag** abgeschlossen, in dem auf faire Arbeitsbedingungen und eine gerechte Entlohnung geachtet wird.

Der **Winterdienst** ermöglich es nicht nur uns, sondern auch unseren Nach-Unternehmen ganzjährige Verträge anbieten zu können und auch im Winter Verdienste zu garantieren.

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

Bei Neuanschaffungen wird weniger auf den Preis als auf gute **Qualität, Langlebigkeit** und **Handhabung** geachtet.







Auch unsere größten Lieferant*innen legen Wert auf **Nachhaltigkeit**.



EIGENTÜMER*INNEN UND UNSERE FINANZPARTNER*INNEN





- Wem gehört das Unternehmen?
- · Wer sind die Finanzpartner*innen?
- Wird bei Neuanschaffungen die Umwelt mitgedacht?

13%

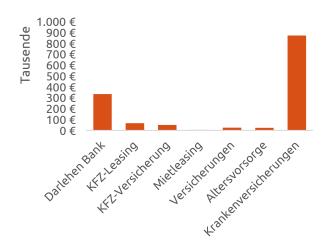
10 von 73 Punkten



Wir sind eine **GmbH** und das Wohl aller als gesamtes Unternehmen stehen stets im Mittelpunkt. Es werden **keine Gewinne ausgeschüttet** und **kein*e große*r Investor*in** bestimmt über uns.

Unsere **Eigenkapitalquote** hat sich seit der letzten Bilanz im Schnitt **verdoppelt**: Von 9,10 % auf 18,14%. Damit sind wir noch resilienter und auf Krisen vorbereitet.





Wo arbeitet unser Geld?

Gemäß unserer Vision, dass die Mitarbeitenden im Fokus stehen, geht das meiste Geld an die **Krankenversicherungen**. Auch der **Fuhrpark** macht hier einen hohen Anteil aus.



Neue **Zugänge zum Anlagevermögen** waren vor allem vom **Umzug** und von neuen **Fahrzeugen** bestimmt. Zum Beispiel wurde für den Winterdienst in eine neue Schneeräummaschine investiert.







UNSERE MITARBEITENDEN





Wie ist das Miteinander im Unternehmen?

34%

117 von 341 Punkten

Wir sind ein **Ausbildungsbetrieb** und haben immer mindestens eine*n Auszubildende*n im Unternehmen.

Individuelle Stärken werden gefördert und Fehler nicht als grundsätzlich schlecht angesehen.



"Fehler müssen nichts Negatives sein, da kann man viel Positives raus mitnehmen. Man muss nur den daraus entstehenden Schaden für Unternehmen und Mitarbeitende kleinhalten." Viele Mitarbeitende sind schon **seit vielen Jahren** fester Bestandteil des Unternehmens.
Unten rechts sind diejenigen, die seit mehr als
fünf Jahren dabei sind, insgesamt 35
Mitarbeitende. **Danke dafür!**



Betriebszugehörigkeit (Stand 08/2020)

In unserem dreimal jährlich erscheinenden **Magazin** berichten wir über unsere **Aktivitäten** und **Erfolge der Mitarbeitenden.**



HALBZEIT!

LEHRLING MARVIN MIEDZA FEIERT BERGFEST

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



Innerhalb der Abteilungen wurde die Kommunikation als sehr wertschätzend, familiär und respektvoll empfunden. Dem wollen wir uns bis zur nächsten Bilanz auch zwischen den Abteilungen nähern!





UNSERE MITARBEITENDEN





- Was wird für die Gesundheit der Mitarbeitenden getan?
- Wird Diversität mitgedacht?

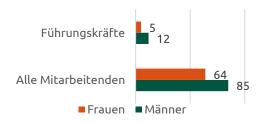


Wir haben im Berichtszeitraum mind. fünf langzeitarbeitslose Menschen eingestellt.





Wir haben den Beruf des*r Gebäudereiniger*in in **Geflüchtetenunterkünften** vorgestellt.





Wir haben die Charta der Vielfalt unterschrieben.

GESUNDHEIT



Eine **Umfrage der AOK** von 2018 zeigt, dass sich die Mitarbeitenden **überdurchschnittlich zufrieden und sicher** bei uns fühlen.

Handwerk ist eine **körperlich anstrengende Branche**. Zahlreiche **Maßnahmen** unterstützen die Gesundheit unserer Mitarbeitenden:

Zahlreiche **Schulungen und Fortbildungen**, z.B. Umgang mit Stress, Resilienz am Arbeitsplatz, ...

Kriterium bei Auswahl neuer Geräte



Freizeitausgleich oder längere Ruhepausen nach körperlich anstrengenden Arbeiten

Zahlreiche **Schulungen und Fortbildungen**, z.B. Umgang mit
Stress, Resilienz am Arbeitsplatz, ...

Unterstützung bei der Suche nach Terminen und Spezialist*innen

Außerordentlich gute Arbeitskleidung

"Hätten wir das schon früher gehabt, hätte ich heute keine Arthrose in der Hand."



UNSERE MITARBEITENDEN





- Wie sind die Arbeitsverträge ausgestaltet?
- Wie wird das Thema Umwelt mitgedacht?



Die **Arbeitszeiten** sind **flexibel** und werden **im Team selbst organisiert**. Im Sommer wird zum Beispiel bei mehr Licht und Hitze auch mal früher begonnen. Durch das **Arbeitszeitkonto** achten wir darauf, dass **keine Überstunden** entstehen.

Wir haben im Berichtszeitraum **übertariflich gezahlt**. Außerdem haben wir die Gehälter angeglichen, sodass nun gilt: **Gleicher Lohn für gleiche Arbeit**.





Bereits im **Einstellungsprozess** fragen wir nach **Wünschen** und finden **individuelle Lösungen**, um zum Beispiel genug Zeit für die Familie zu haben. Ein Mitarbeiter mit langem Anfahrtsweg arbeitet zum Beispiel einmal pro Woche von zu Hause aus.

Mitarbeitenden, die auf die **Rente** zugehen, bieten wir eine **Verkürzung der Stunden** an oder wenn dies möglich ist die **Umstellung auf leichtere Arbeiten**.





Wir haben die **Befristung von Verträgen abgeschafft**, damit unsere Mitarbeitenden von Anfang an mehr Planungssicherheit für ihr Leben haben.

In unserem **Magazin** thematisieren wir immer wieder **umweltbewusstes Verhalten**, wie zum Beispiel die Nutzung von **Mehrweg-Flaschen** bei Reinigungsmitteln oder ein **Reinwasser-System zur Fensterreinigung.**







Unser unabdingbarer **Fuhrpark** hat sicherlich die größten ökologischen Auswirkungen. Wir setzen wo es geht **Anreize für emissionsarme Mobilität**: Wir haben zwei **E-Ladestationen**, zwei **kostenlose BVG-Karten** zur freien Verfügung, ein **E-Rad** und zwei **Elektro-Lastenroller**.

In den Büroräumen steht den Mitarbeitenden jederzeit **frisches Obst** vom Ökodorf Brodowin, Kaffee und Wasser zur Verfügung. Zweimal pro Woche wird gekocht, wobei ein Tag stets vegetarisch ist.



UNSERE KUND*INNEN





- Wer sind unsere Kund*innen?
- Wie gehen wir mit unseren Kund*innen um?
- Wie gewinnen wir neue Kund*innen?

31%

68 von 220 Punkten



Grundsätzlich werden alle Kund*innen- Wünsche umgesetzt. Die Grün-Abteilung nimmt sogar an Anlieger*innen-Sitzungen teil, um dort in Austausch zu treten.





Wir sind Mitglied zahlreicher **Netzwerke**, um mit anderen Unternehmen Wissen zu teilen.



Unser dreimal jährlich erscheinendes Magazin

Werbung findet bei uns nur in sehr geringem Maße statt und ist wenn überwiegend **informativ** und stets **authentisch**.



Neue Kund*innen gewinnen wir vor allem durch Mund-zu-Mund-Propaganda.

Der Kund*innen-Nutzen hat bei uns Vorrang! Wir führen Dienstleistungen nur durch, wenn sie auch wirklich nötig sind.



UNSERE KUND*INNEN





- Wie nachhaltig ist unsere Dienstleistung?
- Wie steht es um die Nachhaltigkeit bei Nutzung und Entsorgung?

NUTZUNG UND ENTSORGUNG



Wir achten auf eine **bewusste und sparsame Nutzung der Reinigungsmittel.** Mit Erneuerungen wie beispielsweise einem neuen Mob-System suchen wir stets nach Möglichkeiten, uns weiter zu verbessern.

Wir achten auf die **Reduktion von Verpackungsmaterial** und nutzen ein **Mehrweg-System für die Behälter** der Reinigungsmittel.

Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis

Maßvoller Konsum (Suffizienz)

Unsere **Dienstleistungen selbst** sind der größte Faktor: Sie **verlängern den Lebenszyklus** der Immobilie und tragen zum **Werterhalt** bei. Dabei achten wir auf **Langlebigkeit**, **Qualität und Vorsorge**. Und wenn einmal etwas (noch) nicht nötig ist, sagen wir das auch.



Die Höhenarbeiten ermöglichen zum Beispiel **minimale invasive Dienstleistungen:** Die Kletter*innen brauchen kein aufwendiges Gerüst.



UNSER GESELLSCHAFTLICHES UMFELD





Wie sieht unser gesellschaftliches Engagement aus?

31%

54 von 171 Punkten

Der Fokus liegt auf Engagement in der **Region** und der Erhöhung des **Branchenstandards**. 14%

So viel unseres Gewinns ist mindestens in Spenden geflossen.



Den **Arbeiter-Samariter-Bund**unterstützen wir bereits seit
vielen Jahren.

Wir sind Mitglied in der Gemeinwohlökonomie und im Marzahn-Hellersdorfer Wirtschaftskreis e.V.



Wir unterstützen **lokale Sportmannschaften.**



Zur Weihnachtszeit schenken wir all unseren Kitas einen **Weihnachtsbaum**. Außerdem organisieren wir eine **Weihnachtsmannaktion** im Kinderhospiz.

Einmal jährlich führen wir kostenlos eine Grundreinigung im **Berliner Herz** durch.



Sc. Sc. Sc. G

Über den "Berliner Schulpate" stellen wir an Schulen den Beruf der*s Gebäudereiniger*in vor.

UNSER GESELLSCHAFTLICHES UMFELD





- Decken wir mit unseren Produkten und Dienstleistungen Grundbedürfnisse oder dienen sie nur als Luxus?
- Welche großen gesellschaftlichen oder ökologischen Herausforderungen gehen wir an?

Unsere Produkte und Dienstleistungen dienen fast immer der **Deckung von Grundbedürfnissen**.

Bedürfnis nach ... Grundbedürfnisse 99% 1%

- 🤡 ... Gesundheit und Wohlbefinden
- ... Schutz und Sicherheit
- ★★... Muße und Erholung
- ా... Kreativem Schaffen

SINN UNSERER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

EINFLUSS AUF DIE UN-ENTWICKLUNGSZIELE





































IMPRESSUM





- Ein großes Danke an alle Mitwirkenden
- Daten und Fakten

DATEN UND FAKTEN



Gebäudeservice Wodara GmbH

Marzahner Chaussee 158 – 164

12681 Berlin

Geschäftsführer: Mario Wodara Steuernummer: 37/302/30257 Steuer-ID: DE226000652

Handelsregister: HRB 88221 Amtsgericht Charlottenburg



Tel.: 030 93 66 88 94 – 0 Fax: 030 93 66 88 94 – 955 E-Mail: info@qualitrauen.de

www.qualitrauen.de

DANKE!

Ein **großes Dankeschön** an alle, die ihre Zeit und Energie in die Bilanz gesteckt haben!

Wir haben insgesamt **11 Personen** zu den Themen der Bilanz **interviewt**, in Gesprächen von bis zu **drei Stunden**

	Wert	Menschenwürde	Solidarität und	Ökologische	Transparenz und	, and		
Berührungsgruppe		Menschenwurde	Gerechtigkeit	Nachhaltigkeit	Mitentscheidung	Zu jedem Themenfeld gibt es Unterpunkte mit		
	A Lieferant*innen	A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaft- liche Auswirkungen in der Zulieferkette A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	AA.1 Transparenz und Mitentscheidungs- rechte für Lieferant*innen AA.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette	jeweils 3-5 Fragen und Indikatoren Viel Gesprächsstoff!		
	B Eigentümer*innen und Finanz- partner*innen	B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigen- finanzierung B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremd- finanzierung B1.3 Ethische Haltung externer Finanz- partner*innen	82.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung 82.2 Unfaire Verteilung von Geldmitteln	83.1 Ökologische Qualität der Investitionen 83.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung 83.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	84.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur 84.2 Feindliche Übernahme			
	C Mitarbeitende	C.1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur C.1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz C.1.3 Diversität und Chancengleichheit C.1.4 Menschenumwürdige Arbeitsbedingungen	C.1 Ausgestaltung des Verdienstes C.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit C.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und der Work-Life-Balance C.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für okologsche Prozessgestaltung C3.4 Anleitung zur Verschwendung/ Duldung umblodigschen Verhalters	C4.1 Innerbetriebliche Transparenz C4.2 Legitimierung der Führungskräfte C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden C4.4 Verhinderung des Betriebsrates			
	D Kund*innen	D1.1 Menschemwürdige Kommunikation mit Kund*innen D1.2 Barrierefreiheit D1.3 Unethische Werbemaßnahmen	D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen	D3.0 (kologisches Kosten-Natzen-Verhältnis von Produkten und Dienstlieitungen (Efficiere und Konischen) D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstlisitungen Gaffürker) D3.3 Sewusste Inkachhame unverhältnismäßige okologischer Auswirkungen	D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemein Produktentwicklung und Maria? D4.2 Produkttranspa			
	E Gesellschaftliches Umfeld	E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	E2.1 Steuern und Sozialabgaben E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwebens E2.3 Illegtime Steuervermeidung E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention	E3.1 Absolute Auswirkungen / Managemo- und Strategie E3.2 Relative Auswirkungen E3.3 Verstöße geg- unangemessor				



Die ganze Bilanz ist auf unserer Webseite downloadbar.

www.qualitrauen.de



Gebäudeservice Wodara GmbH

Marzahner Chaussee 158 – 164, 12681 Berlin

Tel.: 030 93 66 88 94 – 0 Fax: 030 93 66 88 94 – 955 E-Mail: info@qualitrauen.de

www.qualitrauen.de

© Wodara 2021

