







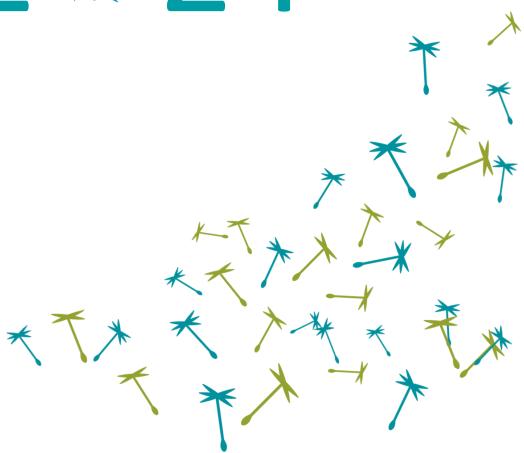






GEMEINWOHL-BILANZ

24



Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen	2
Kurzpräsentation des Unternehmens	2
Produkte und Dienstleistungen	3
Das Unternehmen und Gemeinwohl	4
Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ	6
Was steht in einer Gemeinwohl-Bilanz?	6
A Lieferant*innen [32%]	8
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette [20%]	9
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette [35%]	13
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette [40%]	16
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette [15%]	19
B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen [36%]	21
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln [10%]	21
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln [90%]	25
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung [50%]	27
B4 Eigentum und Mitentscheidung [0%]	31
C Mitarbeitende [37%]	32
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz [37%]	32
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge [37%]	52
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden [32%]	57
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz [43%]	62
D Kund*innen [32%]	68
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen [35%]	68
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen [35%]	75
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten	und
Dienstleistungen [30%]	78
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz [30%]	82
E Gesellschaftliches Umfeld [41%]	85
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen [55%]	85
E2 Beitrag zum Gemeinwesen [40%]	90
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen [35%]	
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung [35%]	99
Ausblick	101
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur	
finanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU)	
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	105





Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Gebäudeservice Wodara GmbH
Eigentums- und Rechtsform: GmbH mit zwei Gesellschaftern

Website: www.qualitrauen.de
Branche: Gebäudeservice

Firmensitz: Marzahner Chaussee 158-164

12681 Berlin

Berichtszeitraum: 2020-2023

Die folgenden Zahlen sind ein Durchschnitt aus dem Berichtszeitraum 2020-2023:

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 211
Vollzeitäquivalente: 116
Minijobber*innen 47
Azubis 4

Umsatz: 6.346.862,88 € Jahresüberschuss: 57.657,48€

Tochtergesellschaften/

verbundene Unternehmen: Seit 02/2023 Zwanzig und Diedrich GmbH

Kurzpräsentation des Unternehmens

Die Gebäudeservice Wodara GmbH ist ein mittelständisches Handwerksunternehmen aus Berlin. Das Unternehmen bietet eine hohe Vielfalt an Dienstleistungen an. Dazu gehören Bereiche wie Glas- und Gebäudereinigung, Winterdienst, Grünanlagenpflege, Hausmeister*innenservice, Höhenarbeiten sowie Tatort- und Schädlingsreinigung. Das Einzugsgebiet erstreckt sich über die gesamte Stadt Berlin. Seit 2017 ist das Unternehmen Mitglied der Gemeinwohl-Ökonomie und hat 2018 die erste Gemeinwohl-Bilanz veröffentlicht. Im Jahr 2021 fand die Rebilanzierung für die Jahre 2018/19 statt.

Das Team umfasst ca. 216 Mitarbeitende (inklusive Fluktuation). Gemäß dem Leitbild wird hoher Wert auf Qualität und Vertrauen gegenüber den Kund*innen gelegt, genauso wie auf das Wohlergehen der Mitarbeitenden. Die Vision der Gebäudeservice Wodara GmbH lautet: "Wir sind ein nachhaltiger Premiumanbieter für Gebäudeservice, weil wir der attraktivste Arbeitgeber im Handwerksbereich sind und alle Mitarbeitenden unser Leitbild bis ins letzte Detail leben."

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

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





Ein Mitarbeiter, welcher seit zehn Jahren im Unternehmen tätig ist, ist vor kurzem in einer Besprechung plötzlich aufgestanden und hat ganz spontan die Geschäftsführung umarmt. Mario Wodara sagt selbst "Wir sind eine Art gallisches und antikapitalistisches Dorf in einem kapitalistischen System".

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

Produkte und Dienstleistungen

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

- Unterhaltsreinigung
- Sonderreinigung
- Höhenarbeiten
- Hausservice
- Grünanlagenpflege
- Winterdienst
- Farbe & Fliesen & Innenausbau (bis 2021, danach stark eingeschränkt)
- Schädlingsbekämpfung (bis 2023)
- Tatortreinigung (bis 2023)

In der folgenden Grafik wird ersichtlich, wie sich die durchschnittlichen Umsätze auf die einzelnen Abteilungen aufteilen. Dazu sei erwähnt, dass die Umsätze der Schädlingsbekämpfung sowie der Tatortreinigung in den Zahlen der Sonderreinigung mit einberechnet sind.

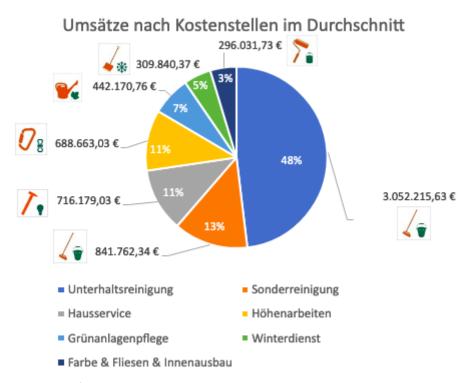


Abbildung 1: Aufgegliederte Umsätze der einzelnen Abteilungen im Durchschnitt





Das Unternehmen und Gemeinwohl

Die Gebäudeservice Wodara GmbH ist seit 2017 Mitglied im Gemeinwohl-Ökonomie-Verein Berlin-Brandenburg. Aufmerksam wurde das Unternehmen auf die Bewegung durch persönliches Interesse der Geschäftsführung. So wurden die Themen ins Unternehmen getragen und es kam 2018 zur Erstellung der ersten Bilanz im Peer-Review-Verfahren sowie im Jahr 2021 zur Rebilanzierung in Vollbilanz. Es wurde an zahlreichen Veranstaltungen der Gemeinwohl-Ökonomie teilgenommen: Beispielsweise war das Unternehmen aktiv beim "Langen Tag der Gemeinwohl-Ökonomie" dabei. Auf Vorträgen wurde sich zu Themen der Gemeinwohl-Ökonomie weitergebildet, sowie über den Unternehmer*innen-Stammtisch in den Austausch gegangen. Erwähnenswert ist auch die Teilnahme an der zweitägigen Konferenz "Klimapositiv" des Vereins Berlin-Brandenburg im Februar 2020, auf der auch Mario Wodara einen eigenen Vortrag gehalten hat. Im Jahr 2022 sind wir dem Netzwerk Gemeinwohl-Ökonomie Unternehmen Berlin-Brandenburg e.V. beigetreten. Dieses begleiten wir aktiv in Diskussionen, durch die Teilnahme an Mitgliedsversammlungen und diversen Veranstaltungen von Mitgliedsunternehmen. Im Jahr 2021 haben wir eine gemeinsame Veranstaltung mit dem MHWK (Marzahn-Hellersdorf Wirtschaftskreis) sowie im Jahr 2023 mit dem BVMW (Bundesverband Mittelständige Wirtschaft) organisiert und dort Unternehmen über die GWÖ informiert. In redaktionellen Zeitungsartikeln verweisen wir immer auf die Gemeinwohl-Ökonomie und haben in einem hochwertigen Berliner Architektur-Buch im Jahr 2022 eine Doppelseite nur mit Inhalten zur GWÖ gefüllt. Wir sind weiterhin das einzige uns bekannte bilanzierte Reinigungsunternehmen und tun sehr viel dafür, dass das nicht so bleibt.

Im Rahmen dieser Rebilanzierung wurde ein Interview mit den beiden Geschäftsführern Mario und Philipp Wodara hinsichtlich der Entwicklung des Unternehmens im Berichtszeitraum geführt.



Abbildung 2: Mario Wodara (links) und Philipp Wodara (rechts) neben der Ozonwaschanlage





Momentan findet ein Übernahmeprozess von Vater auf Sohn in der Geschäftsführung des Unternehmens statt. Wie gestaltet sich dieser Prozess und welche Schritte wurden unternommen, um einen reibungslosen Wechsel zu gewährleisten?

<u>Philipp:</u> Es war bei meinem Eintritt klar, wann es ungefähr sein wird. Wir haben uns einen Berater mit an die Seite genommen, der uns tiefergehende Fragen gestellt hat. Viel aus psychologischer Perspektive, was Themen wie z.B. loslassen angeht. Was ich richtig gut finde, ist, dass wir den ganzen Übergabeprozess langsam gemacht haben. Von einer Vier-Tageswoche zu einer Drei-Tageswoche und dann auch mit einem Testmonat gänzlich ohne Mario. Da haben wir gemerkt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Wir sind gut aufgestellt, was die Arbeitsprozesse angeht.

<u>Mario:</u> Was für mich ein positiver Schritt war, ist die Einstellung der weiteren Geschäftsführerin Madlen Sanchiño Martínez. So konnte die Arbeitsmenge auf drei Schultern verteilt werden. Madlen ist ein sehr strukturierter Mensch und hilft uns sehr, diesen Prozess auch zu Ende zu bringen.

Wie hat sich das Unternehmen in den letzten vier Jahren in Bezug auf Gemeinwohl Themen entwickelt?

Philipp: Das soziale und ökologische Gewissen stand dabei im Fokus und wird es auch bleiben. Herauszuheben ist die Anschaffung der drei E-Citkars (E-Lastenfahrräder) sowie die neue Ozonwaschanlage. Im ökologischen Bereich macht die Anlage einen großen Unterschied, was Stromkosten und generelle Sauberkeit von Abwasser angeht. Anfangs gab es da einen großen Widerstand innerhalb des Unternehmens und irgendwann kamen selbst die größten Widerständler zu uns und sagten: "Das war mal eine richtig gute Sache. Gut, dass du da drangeblieben bist". Unser Abteilungsleiter Stefan Koch hat sich für eine Dosieranlage für Reinigungsmittel eingesetzt, wodurch wir enorm viel Ressourcen einsparen können. Das schöne war, dass diese Sache nicht von der Geschäftsführung vorangetrieben, sondern einfach von Stefan Koch persönlich umgesetzt wurde. Es sollte eigentlich noch viel mehr darüber gesprochen werden, wie cool das eigentlich ist, was Stefan da gemacht hat.

<u>Mario</u>: Für mich wäre noch schön gewesen, endlich PV-Anlagen auf unseren Dächern zu installieren. Das hat leider noch nicht funktioniert, da wir da als Mieter*innen nicht so viele Möglichkeiten haben. Wir wirken aber auf die Vermietung dahingehend ein.

Ist die Sensibilisierung für Gemeinwohlthemen innerhalb des Unternehmens vorangeschritten?

<u>Mario:</u> Vor vier Jahren war es noch ein sehr zäher Prozess. Mittlerweile haben wir Mitarbeitende, die das auch mit nach außen tragen, sodass es nicht nur in der Verwaltungsebene hängenbleibt.



<u>Philipp:</u> Es gab dazu auch eine Masterarbeit von Rebecca Jäger, die sich innerhalb dieses Unternehmens mit potenziellen "Change Agents" auseinandergesetzt hat. Die Erkenntnisse waren natürlich anonymisiert, sodass wir noch mehr herausfinden sollten, wer innerhalb des Unternehmens das Thema mit voranbringt. Sie fand auch heraus, dass es im Ausführungsbereich zwei bis drei potenzielle Change Agents aktuell gibt, die das Ganze mit vorantreiben könnten. Nun machen wir uns aber mal nichts vor. Es ist immer noch ein "Bubble Thema". Es ist aus einer

privilegierten Position möglich, sich damit zu beschäftigen. Jedoch kann in dem Niedriglohnsektor nicht einfach erwartet werden, dass sich zusätzlich noch jeder mit den nächsten ökologischen Schritten





auseinandersetzt. Die Mitarbeitenden werden immer über aktuelle Entwicklungen informiert. So gab es bspw. bei uns vor zwei Jahren den Projekttag "Wie arbeiten wir in Zukunft", wo 36 Menschen vor Ort waren. Selbst die schüchternen und zurückhaltenden Menschen sind nach vorne gegangen und haben Ihre super Ergebnisse präsentiert. Da dachte ich mir nur "wow, was passiert hier gerade?". Jedoch haben wir leider die Kraft etwas verpuffen lassen. Diese Kraft sollten wir wieder aufnehmen.

Wie möchtest du Philipp die bestehenden Werte und Prinzipien des Unternehmens weiterführen und vielleicht auch erweitern?

Auf jeden Fall entspricht die GWÖ unseren Prinzipien und ist mit uns sehr kompatibel. Mario schätze ich ein bisschen sozialer eingestellt ein und mich dafür mehr auf der ökologischen Ebene. Aber es gibt auch andere Menschen im Unternehmen, die beide Seiten verinnerlicht haben und es steht dabei auch Menschenwürde an oberster Stelle. Es kommt durch den Geschäftsführungswechsel was dazu und das, was weg geht wird gut ausgeglichen, auch durch die weitere Person in der Geschäftsführung. Die größte Maßnahme wird erstmal sein, das Unternehmen zu stabilisieren und zu schauen, wie die Digitalisierung im Unternehmen grundlegend umgestaltet werden kann. Da sehe ich viel Zeiteinsparpotenzial. Ansonsten sind es noch weitere interne Verschlankungsprozesse, die vorangetrieben werden. Dann schauen wir, was wir mit der gewonnenen Zeit alles anfangen können.

Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ

Philipp Wodara

E-Mail: pwodara@qualitrauen.de

Was steht in einer Gemeinwohl-Bilanz?

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

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





liese Werte gegenüber sen Gruppen?	Wert Berührungsgruppe	– Menschenwürde	Solidarität und Gerechtigkeit	Ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz und Mitentscheidung
sen 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
	C Mitarbeitende	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des öko- logischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
X	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
	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

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







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



Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl- Bilanz		rvice Wodara nbH
	M5.0 Vollbilanz	2020-2023	Auditor*In: Armin Schmelz	tle
Wert Berührungsgruppe	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
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:
	20 %	40 %	40 %	20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:	B4 Eigentum und Mitentscheidung:
PARTNER*INNEN	10 %	90 %	50 %	0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz:	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge:	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:
	40 %	40 %	30 %	40 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen beziehungen:	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen:	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz:
	40 %	40 %	30 %	30 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:	E2 Beitrag zum Gemeinwesen:	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen:	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:
	60 %	40 %	40 %	40 %
			Testat gültig bis: 31.08.2026	BILANZSUMME: 356

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. TestatID: 2cwrs

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

Hamburg, 25.08.2024

Bull Ugs

Bridget Knapper and Markus Müllenschläder / Executive Directors

International Federation for the Economy for the Common Good e.V, VR 24207



A Lieferant*innen [32%]

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

Wert	Menschenwürde	Solidarität und	Ökologische	Transparenz und
Berührungsgruppe	Mensenenwarde	Gerechtigkeit	Nachhaltigkeit	Mitentscheidung
A Lieferant*innen	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
B Eigentümer*innen und Finanz- partner*innen	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investition und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung
C Mitarbeitende	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
D Kund*innen	D1 Ethische Kund*innen- Beziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	D3 Ökologische Auswir- kung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4 Kund*innen- Mitwirkung und Produkttransparenz
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

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette [20%]

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

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

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





						Anteil am ges. Einkaufsvo-
Kostenstellen	2023	2022	2021	2020	Mittelwerte	lumen in %
Summe Mat./Wareneinkauf	1.590.763€	1.625.661€	1.544.452 €	1.221.500€	1.495.594 €	72,9%
davon: Fremdleistungen	171.816€	154.448 €	269.505 €	195.295€	197.766 €	9,6%
davon: Bauleistungen § 13b						
19% Vorst., 19% USt	1.221.372€	1.264.677 €	984.678€	697.678€	1.042.101 €	50,8%
davon: Wareneingang 7%						
Vorsteuer	2.744€	7.173 €	1.598€	666€	3.045 €	0,1%
davon: Wareneinkauf 19%						
Vorsteuer	194.830€	199.354€	288.671€	327.861€	252.679 €	12,3%
Raumkosten	78.212€	85.275€	85.920€	81.396€	82.701€	4,0%
Versich./Beiträge ohne						
Versicherungen	20.725€	19.543€	15.132€	14.296€	17.424€	0,8%
Kfz-Kosten (o. Steuern, ohne						
Versicherung, ohne Leasing)	142.029€	125.541€	115.904€	89.441€	118.229€	5,8%
Werbe-/Reisekosten	63.744€	65.649€	32.501€	43.611€	51.376 €	2,5%
Kosten Warenabgabe	28.531€	1.252€	12.228€	82.932€	31.236 €	1,5%
Reparatur/Instandh.	58.192€	22.632€	16.256€	14.092€	27.793 €	1,4%
Sonstige Kosten	226.349€	235.940 €	204.868€	240.501€	226.915 €	11,1%
Gesamtes Einkaufsvolumen:	2.208.545 €	2.181.493 €	2.027.260 €	1.787.769€	2.051.267 €	100,0%

Abbildung 3: Einkaufsvolumen des Unternehmens, aufgeteilt in verschiedene Kostenstellen

Zugekaufte Dienstleistungen

Bei der Gebäudeservice Wodara GmbH wird auch mit Nachunternehmen gearbeitet, um die hohe Vielfalt des Gebäudeservices abdecken zu können. Der Anteil an zugekauften Fremdleistungen (siehe obige Tabelle: Summe aus Fremdleistungen und Bauleistungen) liegt im Schnitt bei 60,44%. Die Dienstleistungen reichen von Unterhaltsreinigung, Sonderreinigung und Hausservice bis hin zu Grünanlagenpflege und Höhenarbeiten. Außerdem bietet das Unternehmen auch Winterdienst an. Dies ermöglicht unter anderem, in der saisonbedingten Ruhephase für die Abteilungen Grünanlagenpflege und Sonderreinigung die Löhne fortzahlen und unbefristete Verträge gewährleisten zu können. Dies erklärt, warum die Fremdleistungen aller Abteilungen bis auf die Verwaltung solch hohe Einkaufswerte für Dienstleistungen aufweisen. Viele sind "zugekauft": Die Industriekletter*innen beispielsweise arbeiten fast alle als Selbstständige und nehmen Aufträge unterschiedlicher Unternehmen an. Der Bereich wurde zum Ende des Berichtszeitraums jedoch beendet und wird in einer engen externen Kooperationspartnerschaft fortgeführt. Bei der Unterhaltsreinigung werden Aufträge ebenfalls manchmal an Nachunternehmen, die nur die spezifisch geforderte Leistung anbieten, weitergegeben. Außerdem ist es essenziell, in Krankheitsfällen und in den Haupturlaubszeiten Ersatz zu haben, um die Aufträge bearbeiten zu können. Dies ist einerseits eine Stärke, da sichergestellt werden kann, dass viele Akteur*innen der Gebäudeservice-Branche von den Aufträgen profitieren und den Kund*innen gleichzeitig eine hohe Vielfalt geboten werden kann. Andererseits erschwert dies die Kontrolle der Nachhaltigkeit und gelebten Werte entlang der Wertschöpfungskette, auch wenn bei den Unternehmen dahingehend regelmäßig nachgefragt wird. Die gegenseitige Abhängigkeit wird auf 50/50 eingeschätzt - "eine Hand wäscht die andere" sagte dazu ein Abteilungsleiter - da beide Seiten davon profitieren. Zu den Nachunternehmen bestehen zum Großteil langjährige Beziehungen, sodass die Zusammenarbeit auf gegenseitigem Vertrauen beruht. Die Preisgestaltung läuft transparent ab. Eine Abteilungsleitung sagte dazu "Chef hat damals gesagt, dass wir offen und ehrlich sein sollen und so gehen wir da auch ran". Außerdem wird mit jedem Nachunternehmen ein Dienstleistungsvertrag abgeschlossen, auf den in A2.2 näher eingegangen wird.





Auf schriftlicher Nachfrage bei den Hauptnachunternehmen wurde von allen Antwortenden bestätigt, dass diese sehr zufrieden mit der Zusammenarbeit sind.

Zugekaufte Produkte

Bei den Produkten sind die Abteilungen "Unterhaltsreinigung" und "Farbe & Fliesen & Innenausbau" am materialintensivsten, was dem Arbeitsalltag geschuldet ist. Letztere wurde jedoch Ende 2021 geschlossen, was auch am sinkenden Wareneinkauf erkennbar ist. Die Zusammenarbeit mit den Lieferant*innen beruht auf Langjährigkeit, Vertrauen und einer gegenseitigen Wertschätzung. Im Rahmen der Erstellung dieser Bilanz wurden die größten zehn Lieferant*innen, zu denen auch



Nachunternehmen gehören, mit menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen und unverhältnismäßigen Umweltbelastungen kontaktiert. Dabei wurde nach Verstößen in den Berichtsjahren gefragt sowie danach, wie die Lieferant*innen generell auf soziale oder ökologische Auswirkungen und Risiken in ihrer Lieferkette achten. Trotz Erinnerungen kamen nicht von allen und teilwiese unvollständige Antworten zurück, aus denen jedoch zumindest kein Anlass zu Bedenken hervorging. Auch in Gesprächen mit den Hauptlieferant*innen wurden keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen unverhältnismäßigen Umweltbelastungen erkannt, können jedoch nicht ausgeschlossen oder gänzlich überprüft werden. Wie auch in A3 formuliert existiert bisher kein Label, das Solidarität und Gerechtigkeit bei den eingekauften Reinigungsmitteln berücksichtigt, wie es z.B. bei Fair Trade der Fall ist. Der Fokus liegt hierbei bis dato bei Umweltsiegeln.

Abbildung 4: Ökologische Reinigungsmittel der Unterhaltsreinigung im Einsatz durch eine unserer langjährigsten Mitarbeitenden

Kriterien bei der Auswahl von Lieferant*innen

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

Auffällig war, dass sich der Langfristigkeitsgedanke im Unternehmen auch beim Thema der Lieferant*innen-Auswahl zeigte: So wurde mehrfach erwähnt, dass die gute Haltbarkeit der Produkte sowie ein kulanter Umgang mit Reparatur wichtige Kriterien seien. Weiterhin wurde gegen Ende des Berichtszeitraums ein System für das gemeinsame Bestellen von Materialien der verschiedenen





Abteilungen implementiert, was zu weniger Einzelfahrten und geringeren Kosten führt. Dafür wurde auch unterstützend ein im Intranet in verschiedenen Sprachen verfügbares Bestell-Formular eingeführt, das eine leichtere Anwendung und Flexibilität ermöglichen soll. Die Nutzungsrate dessen kann jedoch noch erhöht werden.

Auch in Bezug auf Büromaterialien und Arbeitskleidung konnten die Zuständigkeiten für die Bestellung geklärt werden und werden nunmehr zentral von der Teamassistenz ausgeführt. In diesem Zuge wurde auch vermehrt darauf geachtet, bei einem nachhaltigen Bürobedarfs-Shop zu bestellen. Insbesondere im Bereich der Arbeitskleidung wurden Anstrengungen unternommen. Mit einer NGO wurde der gesamte Kleidungseinkauf analysiert und auf Labels überprüft. Als Partner wurde Berolina, mit Sitz in Berlin-Mahlsdorf, gewählt. Trotz kostentechnischer Einschränkungen wurde eine nachhaltige Entwicklung verzeichnet. Der Lieferant besucht außerdem monatlich das Unternehmen, führt eine Inventur durch und füllt die Bestände auf. Für die Erstellung eines konkreten Kriterienkatalogs für Nachhaltigkeit oder bestimmte Label für den gesamten Einkauf gab es erste Gespräche. Aufgrund des regen Tagesgeschäfts ist das Ziel jedoch etwas untergegangen und wird für den nächsten Berichtszeitraum wieder aufgenommen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Das Unternehmen wurde um die Abteilung Tatort und Schädlingsbekämpfung erweitert.
- Nachhaltigkeit wird bei der Auswahl der Lieferant*innen immer mehr mitgedacht.
- Die Zuständigkeiten für die Bestellung von Büromaterial und Arbeitskleidung sind geklärt, wodurch auch das Achten auf soziale und ökologische Nachhaltigkeit bei Produkten und Lieferant*innen erleichtert wird.
- Die Bestellung von Büromaterial und Arbeitskleidung erfolgt möglichst unter ökologischen und sozialen Kriterien.
- Es wurde sich durch die Teamsitzungen und ein gegen Ende des Berichtszeitraums implementiertes Bestell-System über Abteilungen hinweg besser abgesprochen, um gemeinsam zu bestellen.
- So konnte auch die Anzahl an Kleinbestellungen von Materialien verringert werden, um Einzelfahrten von Lieferant*innen zu vermeiden (unter Berücksichtigung der Lagerkapazitäten).

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- die zehn größten Lieferant*innen einmal im Jahr anhand der Fragen der GWÖ befragen.
- im Berichtszeitraum alle Lieferant*innen über die GWÖ einmal informieren und fünf aktive Gespräche mit Lieferant*innen über die GWÖ führen.
- einen Kriterienkatalog für sozial- ökologische Nachhaltigkeit im Einkauf festlegen.
- Ein Richtlinienkatalog für die Auswahl von Nachunternehmen wurde nicht erstellt. Bis Ende 2024 sollte ein klarer Katalog existieren. In diesem müssen die wesentlichen administrativen Anforderungen sowie ethisch & ökologische Wertevermittlung enthalten sein.

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

Die eingekauften Produkte entsprechen alle mindestens den gesetzlichen Standards. Das höchste Risiko scheint bei der Gebäudeservice Wodara GmbH in den Arbeitsbedingungen der





Nachunternehmen zu liegen. Da diese jedoch einen Dienstleistungsvertrag unterschreiben müssen, in dem sie sich zu menschenwürdigen Arbeitsbedingungen verpflichten, wurde dieses Risiko bereits reduziert. In A2.2 wird näher auf diesen Vertrag eingegangen. Weiterhin können die Mitarbeitenden der Nachunternehmen sich nach dem verpflichtendem Hinweisgeberschutzgesetz bei uns beschweren, was das Risiko nochmal minimiert.

Wenn es passiert, dass sich herausstellt, dass ein Nachunternehmen z. B. menschenunwürdiger Arbeitsbedingungen bezichtigt wird, geht die Abteilungsleitung ins Gespräch und wird gegebenenfalls Konsequenzen ziehen. Wenn es zum Beispiel um Schwarzarbeit geht und sich der Verdacht bestätigt, wird dieses beim Zoll angezeigt und die Zusammenarbeit sofort beendet.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette [35%]

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen [50%]

In der tabellarischen Übersicht der Ausgaben für Waren und Fremdleistungen in A1.1 wird deutlich, dass nicht alle Dienstleistungen aus kapazitätsbedingten oder fachlichen Gründen von der Gebäudeservice Wodara GmbH selbst abgedeckt werden können. In diesem Fall wird fachspezifische Unterstützung hinzugezogen.

Bei den größten zehn Lieferant*innen bestehen im Schnitt Geschäftsbeziehungen seit rund acht Jahren.

Zugekaufte Produkte

Bei einem Blick auf die zugekauften Produkte scheinen die Lieferant*innen mit der Gebäudeservice Wodara GmbH zufrieden zu sein. Meist haben die Abteilungsleitenden eine direkte Ansprechperson, über die sie sich stets wertschätzend äußerten. Gerade in der spezialisierten Branche ist das ein wichtiger Faktor. Auch die jahrelange Zusammenarbeit - meist über zehn Jahre bei den größten Lieferant*innen - und das daraus wachsende Vertrauen scheint beidseitig als wertvoll empfunden zu werden. Beispielsweise wurde es in der materialintensiven Farbe & Fliesen & Innenausbau-Abteilung (die bis 2021 bestand) als großer beidseitiger Vorteil gesehen, dass es eine Einzugsermächtigung gibt, sodass sich einerseits das liefernde Unternehmen der Bezahlung sicher sein kann und es auf der anderen Seite zusätzlichen Verwaltungsaufwand erspart.

Auch in diesem Aspekt der Bilanz zeigten sich das langfristige Denken sowie eine ethische Grundhaltung. So wurde mehrfach erwähnt, dass man durch ein "Ausspielen der Großhändler", wie viele in der Branche es tun, zwar niedrigere Preise erreichen könne. Dies werde jedoch nicht genutzt. So fielen in den Gesprächen Sätze wie: "Wenn man ständig den Großhändler wechselt, hat man für den Moment gespart, aber auf lange Sicht nicht." Oder auch: "Ich muss keine fünf (Lieferant*innen) haben, die sich preislich dann ausstechen, sondern mir reichen meine paar Zuverlässigen". In der Branche ist die Wodara Gebäudeservice GmbH ein Premiumanbieter und daher wird auch auf Premiumprodukte geachtet. Hier wird deutlich, dass von Seiten der Gebäudeservice Wodara GmbH kein übermäßiger Preisdruck auf die Lieferant*innen ausgeübt wird, sodass diese einen fairen Anteil an der Wertschöpfung erhalten.

Zugekaufte Dienstleistungen

Im Bereich der zugekauften Dienstleistungen wurde ebenfalls von beidseitiger großer Zufriedenheit gesprochen. Gerade im Bereich der Höhenarbeiten, in dem viel mit Nachunternehmen gearbeitet wird, besteht zu den Industriekletter*innen durchweg ein freundschaftliches Verhältnis. Auch in der





Abteilung Unterhaltsreinigung, die den größten Anteil an Fremdleistungen ausmacht, wird mit den Nachunternehmen stets auf Augenhöhe kommuniziert. Bei der schriftlichen Abfrage bei den Nachunternehmen über soziale und ökologische Standards wurde auch nach der Zufriedenheit insgesamt sowie nach der Zufriedenheit mit den Preis- und Zahlungsbedingungen gefragt. Auch hier wurde uns von den antwortenden Unternehmen eine hohe Zufriedenheit bestätigt. Auf die langjährigen Geschäftsbeziehungen wurde bereits hingewiesen und diese werden stets geschätzt und verfolgt. In einem Fall wurde im Berichtszeitraum allerdings die Geschäftsbeziehung mit einem langjährigen regionalen Kommunikationsanbieter beendet, um die betrieblichen Handyverträge sukzessiv auf einen GWÖ-bilanzierten Mobilfunkanbieter umzustellen. In solchen Fällen kann es auch wichtig und richtig sein, eine langjährige Geschäftsbeziehung zu beenden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurden wiederholt Gespräche mit den Lieferant*innen der Produkte und Dienstleistungen geführt.
- Auf faire Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen wurde geachtet. So wird kein Preisdruck ausgeübt und auf Augenhöhe kommuniziert.
- Die größten Nachunternehmen wurden schriftlich nach Ihrer Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit allgemein, den Preis- und Zahlungsbedingungen sowie der Informationspolitik gefragt.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- fünf Nachunternehmen einmal jährlich befragen, ob sie zufrieden mit der Zusammenarbeit sind.

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

Bevor ein Nachunternehmen hinzugezogen wird, müssen vorab vertragliche Bedingungen unterzeichnet, sowie ein Kennenlerngespräch vereinbart werden. Bei dem ersten Gespräch geht es vor allem darum, die zwischenmenschlichen Werte abzugleichen. Eine Abteilungsleitende sagt dazu passend: "Ich merke das eigentlich in den ersten Sekunden, ob es passt. Das hört man dann schon raus, ob die Einstellung stimmt und ob ich da vertrauen kann". Nach dem Erstgespräch wird in einem sogenannten Dienstleistungsvertrag der Umgang mit den Mitarbeitenden des Nachunternehmens festgelegt. Im Rahmen dessen werden Unterlagen zur Zahlungsfähigkeit, Tarifzahlungsnachweise, eine Unbedenklichkeitsbescheinigung sowie Dokumente von Krankenkassen und Finanzamt eingefordert. Diese müssen alle zwei Jahre erneut eingereicht werden. Meist werden durch den Gebäudeservice Wodara Arbeitsmaterialien und Arbeitskleidung zur Verfügung gestellt. Hat das Nachunternehmen alle Unterlagen eingereicht und diese wurden geprüft, steht einer Zusammenarbeit nichts mehr im Wege. Bei der Gestaltung des Dienstleistungsvertrages wird stets darauf geachtet, dass die Mitarbeitenden des Nachunternehmens den Tariflohn erhalten und unter fairen Bedingungen arbeiten. Stichprobenartig oder bei Verdacht werden Meldebescheinigungen kontrolliert, um Schwarzarbeit zu vermeiden. Eine Abteilungsleiterin hat zudem ein Nachunternehmen beispielsweise darauf hingewiesen, dass es den erhöhten Tariflohn noch nicht angepasst hat. Über den Hinweis war das Unternehmen dankbar und es wurde angepasst. Außerdem wird (u. Anderem im Dienstleistungsvertrag) stark darauf geachtet, dass die Aufträge nicht weiter an Subunternehmer





weitergereicht werden, da dies die Überprüfung der menschenrechtlichen Kriterien deutlich erschweren würde. Die Einhaltung des Vertrages ist nicht immer gänzlich überprüfbar. Jedoch stehen die Abteilungsleitenden mit den Nachunternehmen in regem Kontakt und gehen in den Objekten aktiv auch auf die Mitarbeitenden der Nachunternehmen zu. Bei Regelverstoß wird auf das Nachunternehmen zugegangen und der Austausch gesucht. Wenn sich der Verstoß bestätigt, wird der Vertrag gekündigt. In dem Berichtszeitraum wurden drei Dienstleistungsverträge aus entsprechenden Gründen gekündigt. Wenn Kund*innen mit der Leistung nicht zufrieden sind, besteht die Pflicht zur Nachbesserung. Falls dies bei Nachunternehmen der Fall ist, wird darauf hingewiesen, sowie die Chance zur Nachbesserung gegeben und nicht gleich die Rechnung gekürzt, wie es sonst branchenüblich ist.

Die Gebäudeservice Wodara GmbH achtet bei der Auswahl neuer Lieferant*innen und Nachunternehmen darauf, werteorientierte Unternehmen auszuwählen wie z.B. der regionale Gebäudeservice Klara Grün oder die Lieferant*innenfirma Solution Glöckner, auf die in A3 nochmal eingegangen wird.

Durch die stetigen Gespräche und die Verlinkung unserer GWÖ-Bilanz in jeder E-Mail werden unseren Lieferant*innen immer wieder unser Wertebild kommuniziert. Als Reaktion darauf werden uns auch immer mehr nachhaltige Produkte angeboten.

Im Rahmen der Erstellung dieser Bilanz wurden die größten zehn Lieferant*innen mit Fragen zu Labels oder Zertifikaten, die auf faire Arbeitsbedingungen hinweisen, kontaktiert. Dabei wurde nach Verstößen in den Berichtsjahren gefragt sowie danach, wie die Lieferant*innen generell auf soziale Risiken in ihrer Lieferkette achten. Trotz Erinnerungen kamen nicht von allen und teilwiese unvollständige Antworten zurück, aus denen jedoch zumindest kein Anlass zu Bedenken hervorging. Dies kann jedoch nicht ausgeschlossen oder gänzlich überprüft werden.

Ein Label, das Solidarität und Gerechtigkeit bei eingekauften Produkten und Rohwaren berücksichtigt wie zum Beispiel *Fair Trade*, stellt eine Hausforderung dar und ist bis dato nicht existent. Weder für Baumittel wie Farben noch für Reinigungsmittel konnte ein solches Label ermittelt werden. Selbst diesbezügliche Vorreiter-Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit wie Frosch (Werner & Mertz GmbH) oder Solution Glöckner verfügen nur über Umwelt-Labels, jedoch keine zu Solidarität und Gerechtigkeit oder Transparenz und Mitentscheidung.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Abteilungsleitenden standen im regen Kontakt mit den Lieferant*innen von Produkten und Dienstleistungen. Mit den Nachunternehmen wird regelmäßig Feedback ausgetauscht.
- Es wurde darauf geachtet, dass auch die Nachunternehmen fair mit ihren Mitarbeitenden umgehen.
- Den Lieferant*innen, zu denen auch die Nachunternehmen gehören, wurde immer wieder unser Wertebild kommuniziert.
- Die größten Lieferant*innen wurden schriftlich danach gefragt, wie sie auf soziale Risiken in ihrer Lieferkette sowie faire Arbeitsbedingungen achten.





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

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

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette [40%]

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette [40%]

Im Berichtszeitraum ist einiges in Bezug auf die Umweltauswirkung der Produkte in der Zulieferkette passiert. Der Gebäudeservice Wodara reduziert an einigen Stellen den Einsatz von Chemie und Reinigungsmitteln. Beispielsweise ist es im Bereich der Unterhaltsreinigung mittlerweile möglich, chemiefrei zu reinigen. Darüber hinaus wurde im Berichtszeitraum von einem Mitarbeiter eine Dosieranlage angeschafft, um Reinigungsmittel sparsamer verwenden zu können, Verpackungsmüll zu beseitigen und letzten Endes auch Kosten einsparen zu können, da größere Gebinde bestellt werden können. Bei der Dosieranlage wird auf die ökologische Lieferant*innenfirma Solution Glöckner gesetzt, welche ihre Produkte mit dem EU-Ecolabel zertifizieren. Dem Gebäudeservice Wodara ist bewusst, dass solche Siegel keine ganzheitliche Nachhaltigkeit abbilden und auch Verbesserungsbedarf haben.



An einem anderen anschaulichen Beispiel wird die Ganzheitlichkeit der Auswirkungen der ökologischeren Arbeitsmittelwahl deutlich: Durch die Umstellung auf vorgetränkte Wischbezüge wird während der Reinigung an Wasser und Chemie gespart. Dies ist förderlich für die in D3 thematisierte Nutzung und Entsorgung und es kommt den Mitarbeitenden zugute, um die es in C geht.

Bei der Auswahl neuer Lieferant*innen und Nachunternehmen wird vermehrt auf ökologische und soziale Werte geachtet. Beispielsweise

werden beim Ausbau des Fuhrparks lediglich elektrobetriebene Fahrzeuge erworben. So wird auch beim Kauf von bspw. neuen Rasenmähern auf Elektroantrieb und recycelte Materialien geachtet. Außerdem wurde auch auf Staubsauger mit recyceltem Gehäuse im Berichtszeitraum umgestellt. Weiterhin wurde der Telefonanbieter hin zu einem GWÖ-zertifiziertem Unternehmen gewechselt und wird nun sukzessiv dahingehend umgestellt. Des weiteren wurde bei der Bestellung der Kleidung mehr auf Öko-Labels geachtet. Hier besteht jedoch weiteres Potenzial in der Strenge der Labels sowie in der Ausweitung der Kleidungsstücke mit Label, von bisher Hosen, T-Shirts und Pullover zu bspw. Arbeitsschuhen und Jacken.

Es besteht eine große Herausforderung, Daten von den Lieferanten zu bekommen, um eine ganzheitliche Betrachtung der verwendeten Label aufzuzeigen. Dazu wurden die zehn größten Lieferant*innen schriftlich kontaktiert und nach Produktlisten sowie Informationen zu Nachhaltigkeitsaspekten gefragt. Es kamen nicht viele und teilweise sehr unvollständige Antworten zurück. Bei der größten Materiallieferant*innenfirma konnten für die Jahre 2022 und 2023 dahingehende Daten jedoch ermittelt werden. Der Anteil dieser Lieferant*innenfirma an der gesamten Materialbeschaffung liegt in diesen zwei Jahren bei circa. 70% und weist einige Produkte mit Label aus. Bei den restlichen 30% der Materiallieferant*innenfirmen sind weniger ökologische Siegel vorhanden. Lediglich die Firma Brillux sticht dabei heraus, macht jedoch nur wenige Prozente im Einkaufswert aus. Der gesamte Anteil an nachhaltig höherwertigen Alternativen im Material-Beschaffungsprozess wird auf 60% geschätzt.



Zeitraum	2022	2023				
Gesamtumsatz	137.258,24 €	142.735,91 €				
davon N	79.591,99 €	89.604,19 €				
% Anteil N am Gesamtumsatz	58%	63%				
N = Nachhaltigkeit laut Lieferant berücksichtigt						

Abbildung 5: Umsatzanalyse des Lieferanten Johann A.Meyer

Bei den Top zehn Produkten aus dem Jahr 2023 von dem Lieferanten (Johann A. Meyer) wurden 70% der bezogenen Produkte mit einem entsprechenden Siegel gekennzeichnet.

Ökologische- Siegel		Top 10 Produkte 2023	Umsatz
EU Eco Label, FSC	N	Handtuchpapier Satino Prestige, 25x23cm	29.675,60€
Recycling	N	Abfallbeutel FIRST PLUS, LDPE, 60L	16.601,60€
Recycling, FSC	N	TAPIRA top Toilettenpapier, 3lg	9.474,27 €
Recycling	N	Abfallbeutel FIRST PLUS, LDPE, weiß	5.987,34 €
EU Eco Label, FSC	N	TAPIRA plus Handtuchpapier, 2lg	5.533,78 €
		Arenas Avenir, 20L Kanister	3.631,38 €
		Arenas-compact, 1L Flasche	3.125,70 €
Recycling	N	Abfallsäcke PREMIUM PLUS, LDPE, 120L	2.633,00€
		Swiffer Staubmagnet Nachfüller	2.371,76 €
EU Eco Label	N	Econa-Konzentrat, 10L Kanister	2.364,13 €
N	l = Nachł	naltigkeit laut Lieferant berücksichtigt	Anteil 70% N

Abbildung 6: Top 10 der bezogenen Produkte des Lieferanten Johann A.Meyer

Die Tankkarten für Treibstoff werden bei der Orlen Group GmbH bezogen und weisen keinerlei ökologisch höherwertige Alternativen zum Treibstoff auf. Die Materiallieferant*innenfirma Otto Oehme GmbH weist lediglich bei einem im Berichtszeitraum bestellten Produkt ein ökologisches Siegel auf.

Barrieren: Stand der Technik und Mehrkosten

Verbesserungen scheitern häufig eher am Stand der Technik. So muss die Abteilung Höhenarbeiten gelegentlich weite Strecken zurücklegen, da sie auch in Leipzig oder Halle Aufträge haben, was mit einem E-Auto nur bedingt funktioniert. Bei neuen Produkten beraten die Fachberater*innen der Lieferant*innen kompetent und zu voller Zufriedenheit, doch auch diese scheitern immer wieder am mangelnden Angebot guter ökologischer Alternativen. Manche ökologisch höherwertigeren Reinigungsmittel sind beispielsweise bisher nicht effektiv genug oder es ist eine erheblich größere Menge nötig, um das gleiche Ergebnis zu erzielen. Bei den Lieferant*innen steigt jedoch das Bewusstsein über die ökologische Ausrichtung des Gebäudeservice Wodara immer mehr. Dadurch und durch die eigene Nachfrage werden dem Gebäudeservice Wodara von den Fachberater*innen stets ökologisch höherwertige Alternativen angeboten, wenn diese verfügbar sind.

Auch die Mehrkosten werden häufig als Barriere genannt, da die Kund*innen die höheren Preise der ökologisch wertvolleren Alternativen mittragen müssen. Gleichzeitig werden die Kund*innen jedoch auch als wichtiger Treiber gesehen, da die Lieferant*innen ihr Angebot nachhaltiger gestalten, wenn die Nachfrage sich dahingehend ändert. Dahingehend bietet der Gebäudeservice Wodara proaktiv





ökologische Lösungen für die Kund*innen an. Im vierten Quartal 2023 hat das Unternehmen angefangen das Hygienepapier, welches wir an die Kund*innen ausliefern, umzustellen. Es wird nun von der Firma Huchtemeier die Produktlinie GreenHygiene bezogen. Diese ist komplett aus recyceltem Papier, frei von Plastik, in Deutschland produziert und direkt vom Hersteller ohne Zwischenlagerung. Unseren Kund*innen können wir somit eine deutlich ökologischere Variante zum gleichen Preis anbieten.

Lieferant*innen, die ihrerseits zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen

Um zu bewerten, inwiefern die Lieferant*innen selbst zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen, wurde ein Blick auf die Hauptlieferant*innen und ihren Einsatz für Nachhaltigkeit geworfen.



Institut Bauen und Umwelt e.V.

Bei den Lieferant*innen von Materialien setzen sich die größten fast alle für eine Reduzierung ihrer Umweltauswirkungen ein. Das Unternehmen Brillux GmbH & Co. KG ist Mitglied in der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen e.V. (DGNB), sowie im Institut Bauen und Umwelt e.V. und setzt sich für Umwelt-Produktdeklarationen von Bauprodukten ein. Zahlreiche Umweltdeklarationen zu ihren Produkten sind auf ihrer Webseite frei zugänglich. Der

Hauptlieferant Johann A. Meyer konnte im Vergleich zur letzten Bilanz mit mehr Nachhaltigkeitssiegeln punkten. Als regionaler langjähriger Partner wird der Lieferant wertgeschätzt. Jedoch ist auch hier Potenzial für mehr ökologische Alternativen.

Den Nachunternehmen als Lieferant*innen ist bekannt, dass die Gebäudeservice Wodara GmbH Wert auf Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit im Allgemeinen legt. Inwieweit diese das ebenso leben, ist jedoch nur bedingt abschätzbar (siehe Dienstleistungsvertrag A2.2). Dadurch, dass die Mitarbeitenden der Nachunternehmen jedoch meist die Reinigungsmaterialien, Arbeitskleidung und Reinigungsgeräte vom Gebäudeservice Wodara gestellt bekommen, kann zumindest in dem Rahmen auf ökologische Nachhaltigkeit geachtet werden.

Der Anteil der Lieferant*innen, die ihrerseits zur Reduktion der Umweltauswirkungen beitragen, ist über alle Lieferant*innen hinweg schwer einschätzbar, da es eine Vielzahl kleiner Lieferant*innen gibt, deren Evaluation den Rahmen der Bilanzierung gesprengt hätte. Im nächsten Berichtszeitraum werden voraussichtlich aufgrund des stärker betreffenden Lieferkettengesetzes mehr Daten vonseiten der Lieferant*innen vorhanden sein.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurde bei der Materialbeschaffung vermehrt auf ökologische Reinigungsmittel geachtet.
- Es wurde auf eine Reduktion des Verpackungsmaterials geachtet, wie z.B. durch die Dosieranlage.
- Es wurde ein Mehrwegflaschenpfand-System für Reinigungsmittel implementiert.
- Beim Kauf neuer Geräte wurde auf ökologische Höherwertigkeit geachtet wie bspw. recycelte Materialien oder Elektroantrieb.
- Die Handyverträge wurden und werden sukzessive auf ein GWÖ-Unternehmen umgestellt.
- Bei Bestellung der Arbeitskleidung wurde zunehmend auf Öko-Labels geachtet.
- Die Fachberater*innen wurden aktiv nach ökologisch höherwertigen Alternativen gefragt. Der Einfluss auf Lieferant*innen hinsichtlich ökologischer Nachhaltigkeit wird soweit möglich genutzt.





Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- einen Kriterienkatalog für die Beschaffung neuer Materialien nach sozialen und ökologischen Standards einführen.
- die Belieferungen der Kund*innen mit recyceltem Hygienepapier deutlich ausweiten und sukzessive überzeugen.

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

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

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette [15%]

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen [30%]

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

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

Nicht nur durch die vielen Gespräche und den vertrauensvollen Umgang finden partizipative Geschäftsbeziehungen mit den Lieferant*innen statt. Beispielsweise füllt seit dem Berichtszeitraum das Unternehmen Berolina selbstständig die Regale der Arbeitskleidung im Lager auf und führt somit selbst die Bestellungen aus. Weiterhin sind die Zahlungsbedingungen sehr transparent gestaltet und der Gebäudeservice Wodara gewährt häufig ein Lastschriftmandat, was zu einer erhöhten Zufriedenheit vonseiten der Lieferant*innen führt.

Im Umgang mit Nachunternehmen gab es gute Rückmeldungen: Die Nachunternehmen wissen, wie die Preise zustande kommen und werden mit einbezogen. Wenn Gesprächsbedarf besteht, stehen die entsprechenden Abteilungsleitenden stets dafür bereit. Ein Abteilungsleiter erzählte dazu: "Als ein Nachunternehmen mich mal gefragt hat, ob wir nicht mehr zahlen können, musste ich ihm Nein sagen und habe ihm dann einfach mal die Kalkulation gezeigt, und dass wir eigentlich schon gar nichts an dem Auftrag verdienen. Ich bin da ganz offen und ehrlich. Als er das gesehen hat, hat er das auch verstanden". Im Rahmen dieser Rebilanzierung wurden die größten Nachunternehmen schriftlich gefragt, ob sie zufrieden mit den Preis- und Zahlungsbedingungen, der Informationspolitik sowie der generellen Zusammenarbeit sind. Auch hier wurde uns von den antwortenden Unternehmen eine hohe Zufriedenheit bestätigt.





Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Den Lieferant*innen wurde Feedback zu ihren Produkten und den Einkaufsentscheidungen gegeben.
- Den Nachunternehmen wurden die Preisbildungen offen kommuniziert.
- Es gab regelmäßiges Feedback und Kommunikation mit den Nachunternehmen. Diese haben uns ihre Zufriedenheit, auch in Bezug auf die Informationspolitik des Unternehmens bestätigt.
- Lieferant*innen ködern weiterhin nicht mit Geschenken ihre Zuneigung.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

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

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette [0%]

Der Einfluss auf die gesamte Zulieferkette der Lieferant*innen wird als gering eingeschätzt. In den Feedback-Gesprächen liegt der Fokus auf der direkten Zusammenarbeit. Jedoch gibt es dahingehend einen Einfluss auf die eigene Entscheidung. Der Gebäudeservice Wodara geht bewusst nicht zu Billig-Anbietern und stärkt somit die ökologisch alternativen Produzent*innen. Da die Lieferant*innen ihren Sitz in Deutschland haben und etabliert sind, kann davon ausgegangen werden, dass sie sich an die gesetzlichen Mindeststandards halten. Darüber hinaus können jedoch nur die Bedingungen auf den Betriebsgeländen der angefahrenen Filialen beurteilt werden sowie das, was in Gesprächen mit den Ansprechpersonen geäußert wurde. Die Außendienstmitarbeitenden hören sich die Vorstellungen des Unternehmens an und damit kann auch Einfluss gewonnen werden. Beispielsweise gab es einen spannenden Austausch zwischen einem Außendienstmitarbeiter von Solution Glöckner und Philipp Wodara. Der Vertriebler wollte mit Herrn Wodara eine Stunde lang lediglich über Nachhaltigkeit reden, ohne dabei seine Produkte zu verkaufen.

Im Rahmen der Erstellung dieser Bilanz wurden die größten zehn Lieferant*innen mit Fragen zu Labels oder Zertifikaten, die auf faire Arbeitsbedingungen oder Transparenz und Mitentscheidung hinweisen, kontaktiert. Dabei wurde nach Verstößen in den Berichtsjahren gefragt sowie danach, wie die Lieferant*innen generell auf soziale Risiken in ihrer Lieferkette achten. Trotz Erinnerungen kamen nicht von allen und teilwiese unvollständige Antworten zurück, aus denen jedoch zumindest kein Anlass zu Bedenken hervorging. Dies kann jedoch nicht ausgeschlossen oder gänzlich überprüft werden.

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





B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen [36%]

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

Wert	Menschenwürde (Solidarität und	Ökologische	Transparenz und
Berührungsgruppe	Menschenwarde	Gerechtigkeit	Nachhaltigkeit	Mitentscheidung
A Lieferant*innen	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
B Eigentümer*innen und Finanz- partner*innen	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investition und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung
C Mitarbeitende	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des öko- logischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
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
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

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln [10%]

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung [20%]

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

	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
Eigenkapital	270.702 €	430.402 €	469.568 €	467.679 €	409.588 €
EK-Quote	23,64%	29,71%	29,66%	31,68%	28,98%

Abbildung 7: Eigenkapitalquote (EK-Quote) im Berichtszeitraum

Es lässt sich eine deutliche Verbesserung zum letzten Berichtszeitraum feststellen. In der letzten Bilanz betrug die Eigenkapitalquote noch 21,33 % und konnte somit um zehn Prozentpunkte verbessert werden. Der positive Trend der in der Bilanz 2018 & 2019 zu erkennen war (damalige Entwicklung von 9,10% auf 21,33%), konnte somit fortgesetzt werden.





Der Durchschnitt des deutschen Mittelstands betrug laut Statista im Jahr 2022 31,2%. Somit befindet sich das Unternehmen im bundesweiten Durchschnitt. Auf Nachfrage hat die Berliner Volksbank 21 Bilanzen aus der Branche ausgewertet. Der Durchschnitt des EK betrug dabei 33.6%. Somit ist der Gebäudeservice Wodara mit 31,68 % sehr nah am Branchendurchschnitt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Eigenkapitalquote wurde erhöht, von durchschnittlich 18,14% in der letzten Bilanz zu 28,98% im jetzigen Berichtszeitraum.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- die Eigenkapitalquote stabilisieren. Aufgrund der Nachfolgeprozesse ist das schon eine Herausforderung. Ab 2026 sollte wieder ein Einstieg verzeichnet werden. Ziel ist es, eine Quote von 40 % zu erreichen.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung [10%]

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

	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
Fremdkapital	874.266 €	1.018.401 €	1.113.438 €	1008.581 €	1.003.671,69 €
FK-Quote	76,36%	70,29%	70,34%	68,32%	71,02%

Abbildung 8: Fremdkapitalquote (FK-Quote) im Berichtszeitraum

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

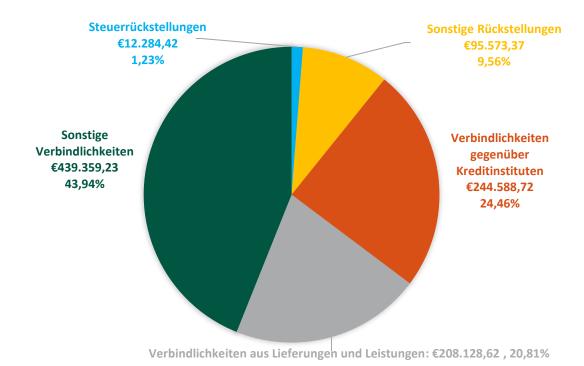


Abbildung 9: Fremdkapital (Durchschnitt 2020-23), aufgeschlüsselt nach Bereichen





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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Fremdkapitalquote wurde seit der letzten Bilanz verringert, von 81,86% zu 71,02%.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- Fördermöglichkeiten prüfen.

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

Die Geschäftskonten sind bei der Berliner Volksbank eG und der Berliner Sparkasse. Besonders das Verhältnis zur Berliner Volksbank sei gesondert erwähnt. Die Volksbank begleitet das Unternehmen von der ersten Stunde an und hat dem Unternehmen auch in einer schwierigen Zeit geholfen. Das Geschäftsverhältnis dieser genossenschaftlich organisierten Bank findet auf Augenhöhe statt. Der Kredit bei der Sparkasse wurde im Berichtszeitraum getilgt. Durch die Nutzung der Kontokorrente und des Rests des Sparkassenkredits wurden im Berichtszeitraum Zinsen in Höhe von insgesamt 44.287,12 € gezahlt. Demgegenüber stehen Zinserträge i.H.v. 9.221,70 €. Darüber hinaus bestehen keine finanziellen Verbindlichkeiten gegenüber den Banken.

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

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





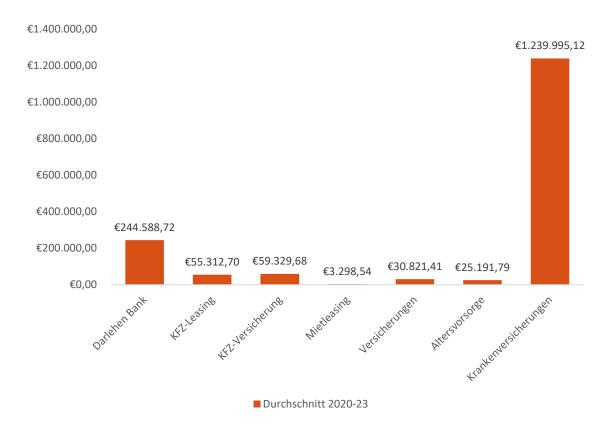


Abbildung 10: Aufschlüsselung der Finanzpartner*innen nach Bereichen

Die vier größten Finanzpartner*innen sind folgende (Durchschnitt 2020-2023):

1.	AOK Nordost:	282.125,44 €
2.	Techniker KK:	172.783,58€
3.	BKK VBU:	164.848,46 €
4.	Mercedes Benz Bank:	126.331,55€

Bei der Bewertung der Nachhaltigkeit dessen, wo das Geld der Gebäudeservice Wodara GmbH "arbeitet", stimmt es positiv, dass die größten Posten mit Krankenkassen besetzt sind, dazu noch gesetzlichen. Dies passt zum Leitbild, den Fokus auf die Mitarbeitenden zu legen, da hiermit ein solidarisches System mitfinanziert und ein wesentlicher Beitrag zum Gemeinwesen geleistet wird.

Die Mercedes Benz Bank glänzt jedoch nicht durch ihre Nachhaltigkeit, zur Finanzierung des unabdinglichen Fuhrparks ist sie jedoch schwer ersetzbar. Auf den Fuhrpark und mögliche Verbesserungen wird in D3 genauer eingegangen. Im Berichtszeitraum wurden durchschnittlich 5.379,35€ bzw. insgesamt 21.517,38€ Zinsen an die Mercedes Benz Bank gezahlt. Dieser Wert ist somit im Durchschnitt im Vergleich zum letzten Zeitraum gestiegen. Das liegt vor allem daran, dass durch die Erweiterung des Fuhrparks Darlehen aufgenommen wurden, was zu höheren Zinsen führt.

Im Berichtszeitraum hat sich die sowieso schon sehr enge Beziehung zur Hausbank (Berliner Volksbank) nochmals intensiviert. Herr Mario Wodara ist mit der Regionalleiterin der Volksbank beim MHWK (Marzahn-Hellersdorf-Wirtschaftkreis) gemeinsam im Vorstand. Es gab Gespräche mit den Nachhaltigkeitsexpert*innen der Volksbank. Da wir im Kreis der Volksbank Kund*innen als vorbildlich





im ethisch-ökologischen Bereich gelten, wurden die ersten Gespräche zu Nachhaltigkeitsthematiken mit uns geführt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Das Annuitätendarlehen der Sparkasse, das im Rahmen des Umzugs aufgenommen wurde, wurde final getilgt.
- Das Konto bei der Deutschen Bank wurde aufgelöst.
- Die Eröffnung eines weiteren Firmenkonto bei der GLS Bank wurde geprüft und erstmal "nur" bei dem Tochterunternehmen der Zwanzig und Diedrich GmbH eingeführt.
- In Gesprächen mit Vertreter*innen von Banken und Versicherungsagenturen haben wir stets auf die Wichtigkeit der Nachhaltigkeit hingewiesen.
- Es wurde sehr eng mit der Hausbank zusammengearbeitet.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- ein Konto bei einer Ethik-Bank eröffnen. Dabei wird überprüft, ob die gleichen Kontokorrenten übernommen werden können.
- aktuelle Vertragspartner*innen weiterhin für Nachhaltigkeit sensibilisieren.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln [90%]

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung [90%]

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

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

	2023	2022	2021	2020	Durchschnitt
Jahresüberschuss	-1.889€	39.167€	159.699€	33.653€	57.657€
+ Abschreibungen	181.135 €	165.462€	151.311 €	138.587 €	159.124€
- Zuschreibungen	- €	- €	- €	- €	- €
+ Zunahme Rückstellungen	-34.863 €	-60.745 €	49.216 €	94.373 €	11.995 €
- Gewinn aus Abgang Anlagevermögen	- €	-5.614 €	-5.251 €	-1.269 €	-3.034€
+ Verlust aus Abgang Anlagevermögen	281 €	1.746 €	- €	6.054 €	2.020€
 Zunahme Vorräte, Forderungen Lieferungen und Leistungen sons. Vermögensgegenstände 		-69.232 €	-131.354 €	-1.328€	-103.940 €
+ Zunahme Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6.472 €	32.832€	6.186 €	19.396 €	16.221€
Operativer Cash-Flow	-62.710€	103.616 €	229.807 €	289.466 €	140.045 €

Abbildung 11: Berechnung des Mittelüberschusses im Berichtszeitraum





Der Mittelüberschuss bzw. operative Cash-Flow betrug im Berichtszeitraum durchschnittlich 140.045€, was jedoch vor allem an den starken Jahren 2020 & 2021 liegt. In diesen Jahren konnte das Ziel der Cash-Flow-Steigerung eindeutig umgesetzt werden: Im Vergleich zum letzten Berichtszeitraum konnte der durchschnittliche Cash-Flow um ca. 32 T€ gesteigert werden. Die Liquidität des Unternehmens ist somit deutlich gestiegen, was ein vorbildliches Zahlungsverhalten (siehe A) ermöglicht.

Im letzten Berichtszeitraum gab es einen deutlichen Anstieg des Anlagevermögens. Dies stand in erster Linie mit dem damaligen Büroumzug in Zusammenhang. Da die Auswirkungen im aktuellen Berichtszeitraum als sehr marginal anzusehen sind, wird darauf nicht vertiefend eingegangen. Allgemein wurden viele Mittel in den Erhalt und die Reparatur von vorhanden Maschinen und Fahrzeugen investiert.

Die generelle Einkaufsstrategie von größeren Maschinen baut ausschließlich auf elektrobetriebenen Maschinen auf.

Im Rahmen der Bilanzierung wurde der Gesamtbedarf der Zukunftsausgaben für die nächsten Jahre geschätzt. Die Zukunft ist nicht immer vorhersehbar. So war beispielsweise bei der Erstellung des letzten Berichtes nicht absehbar, dass wir im Februar 2023 unsere Waschküche mit einer Ozonwasseranlage ausstatten. Die Investitionen von ca. 4T € hielten sich dafür auch in Grenzen, aber der Effekt ist enorm. Darüber hinaus sind wir für den aktuellen Tätigkeitsbereich sehr gut aufgestellt. Die maschinenintensive Sparte des Winterdienstes soll nicht weiter ausgebaut werden. Für die Grünanlagenabteilung sind die Geräte ebenfalls vorhanden und es wird sehr auf eine Langlebigkeit dieser geachtet. Da das Unternehmen lediglich Mieter auf dem Grundstück ist, sind große Investitionen, wie die Installation von Solaranlagen, nur vom Vermieter zu tätigen. Der Gebäudeservice wirkt hierbei aktiv auf den Vermieter ein.

Auf Grund eines laufenden Gerichtverfahrens bezüglich einer Baustelle aus dem Jahr 2018 muss das Unternehmen mit Ausgaben i.H.v. 50 T€ rechnen. In der Bilanz wurden dafür Rückstellungen gebildet, jedoch würden dem Unternehmen dadurch erheblich liquide Mittel fehlen.

Liste der Zukunftsausgaben

- Investition in einen fernsteuerbaren Kran für einen Multicar ca. 20 Tsd. €
- Ladeanlage E-Autos
- Digitalisierungsausgaben ca. 45 Tsd. € (15 Tsd. € Endgeräte Mitarbeitende, 10 Tsd. € Hardware Büro, 20 Tsd. € Software / Lizenzen)
- Büroumzug auf dem Gelände ca. 50 T€
- Investition in 1-3 weitere Citkars (E-Lastenfahrräder), ca. 15 T€ / Stück
- Hebebühne zur Reparatur des Fuhrparks in Eigenregie

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Der Cash-Flow wurde gesteigert: Im letzten Berichtszeitraum betrug er 118.120,46 €, jetzt beträgt er 140.044,93 €.
- Es wurde ein besserer Jahresüberschuss erzielt und der Gewinnvortrag gesteigert.
- Alle Gewinne sind dem Unternehmen zugutegekommen, es wurden keine Gewinne an die Eigentümer*innen ausgezahlt.





Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- die Zusammenarbeit mit der Volksbank weiter intensivieren. Hierzu soll es mindestens zweimal im Jahr einen zwei-stündigen Austausch geben und sich bei allen Finanzanfragen zuerst an die Volksbank gewendet werden. Mindestens eine Person aus der Berliner Volksbank engagiert sich mit mindestens einer geschäftsführenden Person von uns ehrenamtlich beim Marzahn-Hellersdorfer Wirtschaftskreis e.V.
- die Anteilsübertragung auf die nächste Generation weiter vorantreiben. Dies ist notwendig, um die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens sicherzustellen.

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

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

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung [50%]

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen [30%]

Der ökologische Sanierungsbedarf wurde im Rahmen der Zukunftsausgaben abgeschätzt und findet sich vor allem im Bereich der Mobilität. Hierauf wird in E3 eingegangen. Generell gibt es keinen großen Investitionsbedarf. Die ökologische Sanierung ist schätzungsweise zu 60% abgeschlossen. Die Geschäftsführung betont bei der Frage nach Neuanschaffungen: "Neue Investitionen werden nahezu immer auf die bestmögliche sozial-ökologische Möglichkeit geprüft." In Gesprächen mit den Abteilungsleitenden wurde deutlich, dass Nachhaltigkeit weiterhin eine große Rolle spielt, insbesondere lange Haltbarkeit und langfristiges Denken. Hochwertige Marken werden bevorzugt, da andere Geräte eine schlechtere Qualität und geringere Haltbarkeit aufweisen. Dies betrifft Gerätschaften, Arbeitskleidung und den Fuhrpark. So wurde beispielsweise in der Abteilung Grünanlagenpflege berichtet, dass anfangs Baumärkte wegen der niedrigeren Preise bevorzugt wurden, jedoch schnell erkannt wurde: "Das bringt nichts." Ein Mitarbeiter sagte über einen seit 1995 genutzten Aufsitzrasenmäher: "Man gibt einmal mehr Geld aus, aber dann nutzt man es auch jeden Sommer."

Im Bereich Mobilität wurden einige Investitionen getätigt, insbesondere in alternative Antriebe. Die Einkaufsstrategie für größere Maschinen setzt ausschließlich auf Elektrobetrieb. Im Berichtszeitraum wurden von der Heckenschere bis zum Auto nur elektrobetriebene Anschaffungen getätigt, darunter fünf E-Pkws (Leasing) und zwei E-Transporter (je 26T€). Weitere Anschaffungen im Fuhrpark sind derzeit nicht geplant. E-Autos sind sozial-ökologisch allerdings umstritten, da die Rohstoffgewinnung fragwürdig ist. Bei der Bestellung von E-Tankkarten wurde auf angeblich "grünen" Strom geachtet. Runder wird die Sache erst mit Solarstrom am Firmensitz. E-Mobilität ist somit eine Brückentechnologie mit positiven Effekten auf Schadstoffausstoß und Lärmbelästigung. Positiv zu erwähnen ist, dass der letzte SUV abgeschafft wurde. Alle Fahrzeuge sind nun Transporter oder Kombis.





Auch zwei E-Lastenfahrräder (2x 15T€) wurden angeschafft und in die Nutzung überführt. Die Herstellung dieser Fahrzeuge erfolgte in Berlin-Marzahn. Sie sind materialeffizient und eine gute Alternative zu Kfz's für kurze Strecken. Leider sind die Mitarbeitenden noch nicht vollends begeistert, weshalb die Umstellung nur sukzessive erfolgt. Nach der Übernahme von Citkar durch Mubea 2023 und der Einstellung der Produktion müssen andere Anbieter geprüft werden. Wichtig ist, dass die Fahrzeuge bei jedem Wetter nutzbar sind.

Ein Geschäftsführer nutzt ein Firmenfahrrad, wodurch ein weiteres Kfz eingespart wurde.

Mitarbeitende werden ermutigt, Bahn zu fahren. Trotz gemischter Resonanz gibt es auch andere Lösungen, z.B. die Nutzung privater Kfz zur Einsatzstelle sowie die Belieferung mit Material vor Ort. Dies spart zwar keinen Sprit, reduziert aber den betriebsinternen Fahrzeugbedarf um zwei Autos.



Abbildung 12: Eins der erworbenen Citkars für die Treppenhausreinigung

Im Bereich der Grünanlagenpflege wurden neue Freischneider, Rasenmäher und ein Mähtraktor (18T€) erworben – bis auf den Mähtraktor alle elektrisch betrieben und mit Akkus ausgestattet. Diese Geräte sind leiser und benutzerfreundlicher. In der Unterhalts- und Sonderreinigung wurden Geräte wie eine orbitale Reinigungsmaschine (1,5T€), Waschmaschine (1T€), Wischautomat (3,9T€), diverse Einscheibenschleifmaschinen (3,9T€) und ein Nassschrubbautomat (4,5T€) angeschafft. Einige dieser Neuanschaffungen sind dazu da, die Grundreinigung chemiefrei durchführen zu können oder Chemikalien und andere Ressourcen deutlich einsparender zu benutzen. Zudem wurde eine Waschmaschine geleast, um die 8000 Wischbezüge pro Woche zu waschen. Diese Maschinen sind langlebiger, da sie weniger Temperatur benötigen und durch die Vorstufe der Wasserenthärtung eine deutlich reduzierte Verkalkung erfahren. Was bei dem sehr harten Berliner Wasser einen großen Unterschied ausmacht. Zudem wurde die Waschküche im Berichtszeitraum mit der schon erwähnten Ozonanlage ausgestattet, die das Waschen bei niedrigeren Temperaturen und mit deutlich geringerem Chemieeinsatz ermöglicht. Dadurch wird nicht nur Strom und Reinigungschemie gespart, sondern das Wasser auch weniger verschmutzt. Außerdem wurde eine mobile Ozonwasseranlage angeschafft, die in den Reinigungsobjekten selbst eingesetzt werden kann. Sie steht in einem größeren Objekt und bereitet das Leitungswasser so auf, dass es (außer im Sanitärbereich, da Ozonwasser Kalk nicht entfernt) ohne das Hinzugeben von Reinigungschemie Flächen reinigen und desinfizieren kann.

Für die Unterhaltsreinigung wurden neue Staubsauger angeschafft, die weniger schnell kaputt gehen und sich insbesondere durch eine hohe Reparierbarkeit auszeichnen. Alle Teile sind liefer- und im





Schadensfall ersetzbar. Dies ist ein Beispiel dafür, dass der Gedanke der Reparatur stets vor einer Neuanschaffung steht. Ein Abteilungsleiter sagte dazu: "Alte Geräte werden so lange repariert, bis sie auseinanderfallen oder die Reparatur mehr kostet als die Neuanschaffung". So wurden im Berichtszeitraum auch Geräte erfolgreich repariert. Außerdem wurde im gleichen Gespräch betont, dass "wir uns zwischen den Abteilungen Geräte auch mal rumreichen, wenn mal etwas nicht benutzt wird, sodass möglichst wenig neu angeschafft werden muss".

Es lässt sich eine wachsende Sensibilität für Nachhaltigkeit feststellen, die oft unbewusst als Augenmerk auf Qualität und Langlebigkeit empfunden wird. Dieses Bewusstsein könnte gestärkt werden, um ökologische Kriterien als festen Bestandteil der Unternehmenswerte zu verankern und zu kommunizieren.

Auch soziale Kriterien spielen bei Neuanschaffungen eine Rolle. Der Fokus liegt auf der Nutzbarkeit und dem Wohl der Mitarbeitenden, beispielsweise bei Arbeitskleidung. Besonders im Bereich der nachhaltigen Beschaffung von Arbeitskleidung wurden im Berichtszeitraum Anstrengungen unternommen. Mit einer NGO wurde der gesamte Kleidungseinkauf analysiert und auf Labels überprüft. Als Partner wurde Berolina, mit Sitz in Berlin-Mahlsdorf, gewählt. Trotz kostentechnischer Einschränkungen wurde eine nachhaltige Entwicklung verzeichnet. Der Lieferant besucht monatlich das Unternehmen, führt eine Inventur durch und füllt die Bestände auf.

Bei viel genutzten Geräten bedeutet die Umstellung auf Akkus statt Verbrennungsmotoren nicht nur weniger Emissionen, sondern schont auch Gelenke, Ohren und Lungen der Mitarbeitenden. Zwei langjährige Mitarbeitende bemerkten: "Hätte man viel früher machen müssen, über die Jahre hat man viel schlechtes Zeug eingeatmet." und "Hätten wir das früher schon gehabt, hätte ich heute keine Arthrose in der Hand."

Ökologische Sanierungen an den Büroräumen sind wegen der Mietverhältnisse nicht möglich. Beim Umzug und den Renovierungen wurde auf Umweltaspekte geachtet, z.B. durch den Einbau von LED-Lampen und wärmedämmendem, leisem Fußboden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Bei Neuanschaffungen wurde Nachhaltigkeit in Form von Qualität und Langlebigkeit mitgedacht.
- Bei Neuanschaffungen spielte auch das Wohl der Mitarbeitenden bei der späteren Nutzung eine große Rolle.
- Alternativen zum "klassischen Fuhrpark" wurden erprobt und auch mit der Umstellung begonnen.
- Das Bahnfahren wurde den Mitarbeitenden in Gesprächen nahegelegt und bei Interesse auch möglich gemacht

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- Alternativen zum Ist-Zustand des Fuhrparks weitersuchen, unvoreingenommen und ergebnisoffen. Hierzu trifft sich eine AG Mobilität mindestens einmal im Jahr und trägt die neusten Ideen zusammen.
- den Mitarbeitenden andere Wege der Mobilität eröffnen, um den Fuhrpark zu reduzieren. Auf einem der Hoffeste werden jedes Jahr über mindestens zwei neue Verkehrsmöglichkeiten informiert.
- das Bewusstsein dafür stärken, dass ökologische Kriterien bereits fester Bestandteil der Wertewelt des Unternehmens sind, um diese dann auch gemeinsam schriftlich festzuhalten





- und nach außen zu transportieren. Hierzu soll es eine größere Veranstaltung für Mitarbeitende geben, in denen die GWO-Bilanz vorgestellt wird.
- das Bahnfahren interessanter machen, hierfür geben wir jedes Jahr 10 % mehr an Mitarbeitenden-Tickets für den ÖPNV aus.
- den Fuhrpark des Team Geschäftsführung von zwei festen Fahrzeugen auf ein festes und ein Pool-Fahrzeug reduzieren.
- unsere Versicherung bis Mitte 2025 auf ihre ethische / ökologische Ausrichtung überprüfen.
 Hierzu werden bei allen Versicherungen Ausschlusslisten angefragt. Nach der Analyse gibt es ein Teammeeting, um gemeinsam zu erörtern, was unsere Mindeststandards sind. Nach Gewichtung der Versicherungssummen werden wir bis Mitte 2026 für die Worst 5 Versicherungen Alternativen gefunden und gewechselt haben.

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung [70%]

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

Zur Verfügung stehende Mittel verwendet das Unternehmen beispielsweise für die Unterstützung von Mitarbeitenden. Wir arbeiten im Niedriglohnsektor. Leider bringen einige Mitarbeitenden Herausforderungen aus der Vergangenheit oder auch Gegenwart mit. Teilweise sind Kredite für Mitarbeitende notwendig, um schlimmeres zu verhindern. In der Regel gewähren wir diese Darlehen kurzfristig und unkompliziert. Wir sind steuerlich dazu gezwungen diese Darlehen mit einem Zinssatz oder geringen Bearbeitungsgebühr zu versehen. Würde es nach uns gehen, würden wir darauf verzichten

Mit 180.000 € Kaufpreis und Anschubfinanzierung hat der Gebäudeservice Wodara mit dem Kauf (60% der Anteile) der Zwanzig und Diedrich GbR / OHG seine mit Abstand größte Investition getätigt. Das Unternehmen ist unter derselben Adresse ansässig und somit unser Nachbar. Die Gründer (Hr. Zwanzig und Hr. Diedrich) und die Herren Wodara kennen sich seit ca. 15 Jahren. Im Unternehmen, welches Schadstoffsanierung (vorsorglich Asbest & KMF) anbietet, standen sieben Arbeitsplätze auf der Kippe. Diese galt es zu erhalten. An das Unternehmen werden keine Rendite-Erwartungen weitergegeben. Vordergründliches Ziel ist es, die Investition zurückzuführen und das Unternehmen auf sichere, eigene und unabhängige Beine zu stellen. Besonders die Entsorgung von Asbest ist ein gesellschaftliches Problem, welches wir damit mit angehen können.

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

Dies können wir nicht mit ruhigen Gewissen verneinen. Wir sind, wie nahezu die gesamte Gesellschaft, abhängig von Öl. Wir benötigen es, um die Fahrzeuge von A nach B zu bringen und vor Ort unsere Dienstleistung auszuführen. Von uns eingesetzte Materialien, wie Wischbezüge, Beschichtungen und Wischtücher enthalten ebenfalls Plastik. Wir sind darauf angewiesen und könnten anders unsere Arbeit nicht verrichten. Darüber hinaus sei die Frage erlaubt, wie dieser Bericht hier digital entstehen soll, ohne auf ökologisch bedenkliche Ressourcen zurückzugreifen.

Giftige Stoffe wie Asbest, die auf Baustellen mitunter auftreten können, werden stets von anderen, darauf spezialisierten Unternehmen fachgerecht entsorgt.





B4 Eigentum und Mitentscheidung [0%]

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur [0%]

Das Stammkapital sowie die Kapitalrücklagen gehören zu 100 % dem Unternehmen, welches aus zwei Gesellschaftern besteht. Hauptstimmrecht hat der geschäftsführende Gesellschafter mit einem Stimmrecht von 75 %, dem anderen Gesellschafter gehören 25 % Stimmrecht. Um auch hier den Generationswechsel voranzubringen, ist für den nächsten Berichtszeitraum eine hälftige Aufteilung der Anteile geplant.

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

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

Das Unternehmen hat weder eine feindliche Übernahme geplant, noch ist eine solche im Berichtszeitraum erfolgt. An dieser Stelle noch eine Anmerkung zum Kauf der Zwanzig und Diedrich GbR/OHG. Auch nach weit über einem Jahr ist der ursprüngliche Gründer Hr. Zwanzig auf der Gehaltsliste und noch ein wichtiger Bestandteil in der Übergangszeit. Seine Visitenkarte trägt den Titel Koryphäe. Das ist das Gegenteil von feindlich.





C Mitarbeitende [37%]

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

Wert	Menschenwürde	Solidarität und Gerechtigkeit	Ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz und Mitentscheidung
Berührungsgruppe				
A Lieferant*innen	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
B Eigentümer*innen und Finanz- partner*innen	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investition und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung
C Mitarbeitende	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
D Kund*innen	D1 Ethische Kund*innen- Beziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	D3 Okologische Auswir- kung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4 Kund*innen- Mitwirkung und Produkttransparenz
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

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz [37%]

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur [50%]

Die Mitarbeitenden sind die zentrale Säule und haben einen besonderen Fokus im Selbstverständnis der Gebäudeservice Wodara GmbH. Die Vision macht das sehr deutlich: "Wir sind ein nachhaltiger Premiumanbieter für Gebäudeservice, weil wir der attraktivste Arbeitgeber im Handwerksbereich sind und alle Mitarbeiter unser Leitbild bis ins letzte Detail leben."

Woran lässt sich im Unternehmen eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur erkennen und welche Maßnahmen haben zwischen 2020 -2023 dazu beigetragen, diese zu verstetigen?

Wir haben im Berichtszeitraum begonnen, insbesondere in unseren Stellenausschreibungen sichtbar zu machen, dass unsere Mitarbeitenden mehr sind als "nur" Reinigungskräfte: Sie tragen zum Werterhalt der Objekte bei. Um dies sichtbar zu machen, nutzen wir den Begriff der "Werterhaltungsfachkraft". Langfristig wollen wir damit sprachlich dazu beitragen, die Bedeutung der Reinigungsfachkraft in der Gesellschaft zu verändern und aufzeigen, welchen wertvollen Beitrag diese Menschen leisten. Werterhaltungsfachkraft zeigt nicht nur, dass es um die Langlebigkeit von Objekten





und deren Wert geht (Ressourcen schonen) sondern auch den Teil, den unsere Mitarbeitenden dazu beitragen.

Nach wie vor sind die (Büro-) Türen und Kalender der Führungskräfte und Geschäftsführenden offen, damit Anliegen niederschwellig eingebracht und schnellstmöglich Lösungen gefunden werden können. Es gilt darauf aufzupassen, dass das Prinzip der "Offenen Türen" nicht zu Herausforderungen im Arbeitsprozess führt und insbesondere Führungskräfte Zeit für die Weiterentwicklung der Abteilungen benötigen.

Die Maßnahmen unter Mitarbeitendenzufriedenheit (IK-Up & Firmentag) & Entwicklungsmöglichkeiten sowie unsere Winter- und Sommerfeste sind alle Ausdruck einer hohen mitarbeiterorientierten Unternehmenskultur.

Im Berichtszeitraum wurden runde Geburtstage und lange Zugehörigkeit zum Unternehmen meist besonders durch Präsente aber auch kleine Feiern gewürdigt und nicht zuletzt hat sich das Unternehmen entschlossen, Mitarbeitenden am Jahresende ein kleines Dankeschön über die Abteilungsleitenden persönlich zukommen zu lassen. Die Freude darüber zeigt immer wieder, wie wichtig es ist, dass Mitarbeitende sich und ihre Leistung für das Unternehmen wertgeschätzt fühlen. Im Jahr 2024 nimmt sich das Unternehmen vor, diese Formen kleiner Aufmerksamkeiten & Wertschätzung von Mitarbeitenden noch intensiver in den Blick zu nehmen, um frühzeitiger Ideen zu sammeln, mit den Vorbereitungen zu beginnen und vor allem, für eine Einheitlichkeit im gesamten Unternehmen zu sorgen.

Wir haben die regelmäßigen Team-Meetings im neuen Berichtzeitraum wieder eingeführt. Zunächst wöchentlich, dann vierzehntägig, dann monatlich und ergänzend dazu ein längeres Quartalsmeeting. Im Oktober 2023 haben wir die inhaltliche Struktur und die Ziele der Meetings noch einmal angepasst und verändert. Auf den monatlichen Teammeetings beispielweise berichtet jede Abteilung seit Ende 2023 über den Stand ihrer Abteilung, Herausforderungen, Unterstützungsangebote oder auch Hilfsanfragen an die anderen Abteilungen und nicht zuletzt beantworten alle die Frage: Was ist gut gelaufen? Wo hat Kooperation gut funktioniert? Dieses Feedback soll uns helfen, das Augenmerk auf das Thema positive Erfahrung mit Kooperation zu lenken und Wertschätzung in den Mittelpunkt zu stellen.

Es gibt weniger Meetings in großer Runde, dafür gezielte kürzere Meetingrunden mit Abteilungen, die wichtige Schnittstellen haben: Unterhaltsreinigung-Sonderreinigung-Meeting oder das Sonderreinigung-Hausservice-Meeting. Diese Meetings sind monatlich und sollen auch zur Konfliktvermeidung durch regelmäßigen Austausch beitragen. Ab 2024 werden Meetings zwischen Abteilung und GF eingeführt, die der kontinuierlichen Entwicklung der Abteilungen dienen und durch die starke Beteiligung von allen mitgetragen werden kann. Die Informationen, die Abteilungsleitende und Geschäftsführung brauchen, können hier auf kurzem Weg kontinuierlich angebracht werden. Im Jahr 2025 wird es zusätzlich auf dem Quartalsmeeting schwerpunktbezogen um Finanzen gehen.

Nicht zuletzt wurde im letzten Quartal 2023 damit begonnen, einen im Januar 2024 durchgeführten Strategietag vorzubereiten, der dazu dienen sollte, gemeinsam strategische Ziele festzulegen und noch stärker als bisher ein Kommittent der Führungskräfte zur Gesamtausrichtung des Unternehmens zu erreichen.

Miteinander im Unternehmen: Wie werden Erfolge wertgeschätzt (gefeiert) und wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?

Miteinander im Unternehmen

Der 03.09.2022 (siehe Indikator Zufriedenheit) hatte einen großen Einfluss auf das Miteinander. Die positive Grundstimmung der Beteiligten und die hohe Bereitschaft von fast 20 Beschäftigten sich an der Projektgruppe Kommunikation zu beteiligen zeigt, dass es Menschen ein Anliegen ist, sich für ein gelingendes Miteinander einzusetzen und es mitzugestalten. Zur Wahrheit gehört an dieser Stelle





auch, dass wir das entstandene Potenzial nicht ausreichend genutzt haben. Die verantwortliche Person hat es leider etwas schleifen gelassen und wir von der Geschäftsführung sind an dieser Stelle nicht eng genug drangeblieben. Unsere Sommer- und Winterfeste sind eine gute Möglichkeit, außerhalb der eigenen Arbeit mit anderen Mitarbeitenden ins Gespräch zu kommen und auch, wenn die Beteiligungsquote von ca. 30% noch ausbaufähig ist, wird immer wieder sichtbar, dass Menschen im Unternehmen bereit sind, ihre Freizeit zur Verfügung zu stellen, um miteinander zu feiern.

Auch in den Jahresgesprächen ist das Feedback zur Firmenkultur und dem Miteinander wertschätzend. Immer wieder werden der Familiencharakter und die Hilfsbereitschaft (auch in Krisensituationen) betont. Das ist sicher und vor allem möglich, weil sich die Geschäftsleitung der Gebäudeservice Wodara GmbH einer "Philosophie der 2. Chance" und natürlich den Werten Gerechtigkeit und Menschenwürde verpflichtet fühlt. Immer wieder wird auf die spezifische Situation der Mitarbeitenden Rücksicht genommen und im Einstellungsprozess zählt vor allem das Engagement und Wollen der Bewerber*innen, anstatt gerade Lebensläufe und Ausbildungszertifikate. Der Geschäftsführer Mario Wodara sagte dazu passend in einem Interview zu einem Buchprojekt "Manchmal sind wir nicht nur Abteilungsleitende sondern auch Sozialarbeitende".

Umgang mit Fehlern und Konflikten

Grundsätzlich gibt es eine hohe Fehlertoleranz im Unternehmen. Fehler sind grundsätzlich erlaubt und werden teilweise als gute Lernchance verstanden. Diese Haltung ist tatsächlich abteilungsübergreifend und wird von den Mitarbeitenden im operativen Tagesgeschäft sehr positiv wahrgenommen. Wir vermuten, dass dies auch ein Grund für die geringe Fluktuation im Unternehmen ist. Auch Konfliktthemen werden eingebracht und teilweise selbständig gelöst. Die Art und Weise der Konfliktklärung ist von Abteilung zu Abteilung unterschiedlich und hat viel mit den individuellen Präferenzen der Abteilungsleitenden zu tun. Es gibt eine wahrnehmbare Tendenz zur Konfliktvermeidung im Unternehmen, die manchmal dazu führt, dass Missverständnisse und Meinungsverschiedenheiten zu handfesten Konflikten werden (weil nicht frühzeitig genug angesprochen & geklärt) oder aber unterschwellig so lange schwelen, bis eine Zusammenarbeit von Kolleg*innen nur noch eingeschränkt möglich ist. Eine Maßnahme für den folgenden Berichtzeitraum wird es also sein, ein Konfliktmanagement zu etablieren und die notwendigen Weiterbildungen dazu einzuführen.

Im Jahr 2023 wurden zwei Vertrauenspersonen gewählt, die seither die Rolle haben, in Konfliktfällen und herausfordernden Situationen Mitarbeitende zu unterstützen und zu begleiten. Die Vertrauenspersonen wurden seither 2x kontaktiert - überwiegend mit privaten Problemen der Beschäftigten. Darüber hinaus haben wir rechtzeitig eine Person für das HinweisgeberSchutzGesetz benannt. Dieser Mitarbeitende ist zusätzlich Ansprechpartner*in für Themen rund um das Allgemeine Gleichstellungsgesetz.

Mit diesen Maßnahmen wollten wir es Mitarbeitenden ermöglichen, Ansprechpartner*innen jenseits der Geschäftsführung zu wählen, um noch niedrigschwelliger Angebote bei Konflikten zu machen. Auch wenn das Unternehmen grundsätzlich einen fairen Umgang miteinander ins Zentrum stellt, haben wir Luft nach oben.

Unsere Fehlerkultur sollte nicht von unseren Führungskräften abhängen, sondern grundsätzlich für das Unternehmen definiert werden. Im Anschluss daran können wir Personalentwicklungspotentiale der Mitarbeitende & Führungskräfte analysieren, um den Aspekt 'Fehler als Lernchance' noch stärker zu leben. Es bedarf in jedem Fall einen Dialog über die Frage: Welche Bedeutung haben Fehler für uns? Wie gehen wir mit Fehlern um? Ergänzend dazu wird ein Thema in Zukunft sein, wie viele und welche Fehler das Unternehmen tragen kann, wenn Mitarbeitende immer wieder die gleichen Fehler machen und ein Lerneffekt ausbleibt. Lernchancen sind grundsätzlich positiv zu bewerten, wenn der Lerneffekt ausbleibt, steigt jedoch das unternehmerische Risiko. Das ist für das Unternehmen keine leichte Frage,





weil der Wert Gerechtigkeit und Menschenwürde eine hohe Bedeutung hat und die Problematik mit der Frage verbunden ist: Wann ist es gerechtfertigt, sich von Mitarbeitenden zu trennen? Gleichzeitig zeigt uns nachfolgende Umfrage, dass unsere Führungskräfte auf einem guten Weg sind, im Sinne der Unternehmensfehlerkultur zu handeln:

Umfrage während der Bilanzerstellung

Während der Erstellung der Bilanz wurde eine kurze Mitarbeitendenbefragung, aufbauend auf der Vorlage für Berührungsgruppe C der GWÖ, durchgeführt.

Die Umfrage wurde möglichst barrierefrei gestaltet: Sie wurde über das Intranet (IK-Up) durchgeführt und war dadurch auch für alle übersetzbar. Sie wurde in möglichst leichter Sprache geschrieben, bewusst sehr kurz und übersichtlich gehalten, mit verschiedenen visuellen technischen Möglichkeiten des Intranets sowie über die Abteilungsleitenden verbreitet. Sie lief elf Tage lang im Juni 2024 und es wurde in der Hälfte der Zeit an die Beantwortung erinnert. Für alle Mitarbeitenden, die aus verschiedenen Gründen dem Intranet nicht beigetreten sind, gab es die Möglichkeit der Ausfüllung in Papier und die Bitte an die Abteilungsleitenden, diese Möglichkeit zu verbreiten und zu unterstützen. Insgesamt gab es 45 gültige Teilnahmen, also Mitarbeitende, die die Umfrage bis zum Ende beantwortet und abgeschlossen haben.

In der Blitzlichtumfrage fragten wir: "Kritisiert Deine Führungskraft (also z.B. die Abteilungsleitung) sachlich und fair, wenn mal ein Fehler passiert?"



Die Mehrheit der Teilnehmenden (76,09%) gab an, dass ihre Führungskraft sachlich und fair kritisiert, wenn mal ein Fehler passiert ist. 15,22% antworteten mit "teilweise" auf diese Frage und 8,7% gaben hier "nein" an. Weiter wichtig bleibt das Thema: Miteinander statt übereinander reden. Es muss auf der Verhaltensebene weiter konsequent wertschätzend daran gearbeitet werden.

Abbildung 13: Antworten der Mitarbeitendenumfrage. Angaben in % aller Teilnehmenden.

Die Veränderungen in den letzten Jahren (Covid-Pandemie, Nachfolge) haben ihre Spuren hinterlassen und bringen gleichzeitig Ängste und Sorgen mit. Der Verarbeitung muss Raum und Zeit eingeräumt und gleichzeitig müssen Toleranzgrenzen gemeinsam definiert werden. Darüber hinaus müssen wir uns darauf verständigen, wie mit Grenzüberschreitungen umgegangen werden soll.

Selbstständigkeit und Eigenverantwortung

Der Grad, in dem Mitarbeitende Selbständigkeit und Eigenverantwortung aus- und erleben, hängt nicht nur von dem Grad der individuellen Beteiligung und Mitbestimmung und Stärken der Mitarbeitenden ab. Um sinnvoll selbständig und eigenverantwortlich entscheiden zu können, braucht es eine klare Unternehmensstrategie, auf die die Ziele aller Mitarbeitenden abgestimmt sind und klare Entscheidungskriterien.





Hier haben wir als Unternehmen einen Lernbedarf, den wir seit Ende 2023 Schritt für Schritt angehen. Dabei wurde beispielsweise ein im Januar 2024 gehaltener Strategietag geplant, der helfen sollte, gemeinsame strategische Rahmenpunkte mit den Abteilungsleitenden zu entwickeln.

In diesem Aspekt spiegelt sich sicher auch der Widerspruch, der in der 2. Bilanz festgehalten wurde. Menschen möchten gerne selbständig und eigenverantwortlich in flachen Hierarchien arbeiten und agieren, beteiligen sich dann aber nicht. Wir werden versuchen im Jahr 2024 herauszufinden, ob Strategietag/ strategische Finanzgespräche mit Abteilungsleitenden/ Entwicklung klarerer Entscheidungskriterien den Eindruck stärkt, dass sich Mitarbeitende eigenverantwortlich & selbständig verhalten

Gleichzeitig lässt sich vermuten, dass im Jahr 2025 durch das Ausscheiden des Gründers mehr Eigenverantwortung an die Abteilungsleitenden übergeht und die Rolle der Führungskräfte noch einmal gestärkt wird. Das Sabbatical von Mario Wodara im April 2024 zeigte das schon sehr gut.

Mitarbeitendenanzahl	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
Gesamtanzahl im Jahr	204	202	216	220	211
Anzahl zum Stichtag 31.12	156	179	171	182	172
Mitarbeitende, die das ganze Jahr da waren	150	150	155	160	154
Vollzeitäquivalente	109	113	117	124	116

Abbildung 14: Mitarbeitendenanzahl im Berichtszeitraum

Die folgenden Zahlen und Angaben beziehen sich auf die Mitarbeitenden-Gesamtanzahl wie in der obigen Tabelle deklariert, außer es ist anders angegeben.

Fluktuation

Die durchschnittliche Fluktuationsrate im Berichtszeitraum, siehe die untere Tabelle:

Fluktuation	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
Fluktuationsquote	23%	11%	21%	19%	19%

Abbildung 15: Fluktuationsrate im Berichtszeitraum

Interessanterweise hat die Covid-Pandemie keine starke Veränderung ausgelöst, wie in anderen Branchen, die dauerhaft viele Mitarbeitende verloren haben. Im Jahr 2021 sank die Quote sogar. Es wäre spannend, Hypothesen für die Gründe zu bilden. Anzunehmen wäre, die Bedeutung eines sicheren Arbeitsplatzes im zweiten Krisenjahr hoch war. Der Gebäudeservice musste niemanden aufgrund von Umsatzrückgängen kündigen oder Kurzzeitarbeit anmelden. Es bleibt zu beobachten, welche Langzeitfolgen durch die Pandemie sichtbar werden.

Generell lässt sich sagen, dass die Fluktuationsrate unbedingt reduziert werden muss. Wir müssen zukünftig analysieren, was "gewollte" Fluktuation ist (weil Mitarbeitende und Unternehmen nicht zusammenpassen) und was "ungewollte" Fluktuation ist, also wenn Mitarbeitende z.B. aufgrund fehlender Einarbeitungsprozesse, klarer Aufgaben oder ähnlichem das Unternehmen verlassen, aber eigentlich zu den Mitarbeitenden gehören, die wir halten möchten.





Berichtszeitraum	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
Austritte	46	23	45	42	39
Austritte innerhalb der Probezeit	11	9	16	20	14
Austritte Renteneintritt	1	0	1	1	0,75
Eintritte	46	49	58	58	52,75

Abbildung 16: Anzahl der Austritte im Berichtszeitraum

In 2023 verließen 20 Menschen innerhalb der Probezeit das Unternehmen, also knapp die Hälfte aller Austritte. Die Zahlen zeigen, dass es notwendig ist, auf den Bewerbungs- und Auswahlprozess und das Onboarding zu schauen, um Maßnahmen gegen diese Fluktuation zu entwickeln.

<u>Betriebszugehörigkeit</u>

Berichtszeitraum	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
Betriebszugehörigkeit Operative (in Jahren)	3,56	3,7	3,71	3,81	3,70
Betriebszugehörigkeit Verwaltung (in Jahren)	7,72	7,03	7,99	7,54	7,57

Abbildung 17: Betriebszugehörigkeit im Berichtszeitraum in Jahren, aufgeteilt nach Verwaltungsebenen

Zugehörigkeit	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
>15 Jahre	7	8	10	11	9
10-15 Jahre	15	10	11	10	11,5
5-10 Jahre	28	36	38	48	37,5
1-5 Jahre	102	96	96	91	96,25
< 1 Jahr	52	52	61	60	56,25

Abbildung 18: Zugehörigkeit im Berichtszeitraum in Anzahl an Personen, aufgeteilt nach Jahren der Betriebszugehörigkeit

Die Betriebszugehörigkeit liegt im Durchschnitt bei 4,15 Jahren im Berichtszeitraum. Generell hat sich damit die Verweildauer der Mitarbeitenden im Unternehmen nicht verändert. Interessant ist der Unterschied der Verweildauer zwischen den ausführenden Mitarbeitenden und den Mitarbeitenden in der Verwaltung. Mitarbeitende in der Verwaltung sind seit durchschnittlich 7,57 Jahren im Unternehmen.

Es ist zu vermuten, dass sich die Betriebszugehörigkeit mit Ausscheiden der langjährigen Mitarbeitenden weiter verkürzen wird. In den nächsten Jahren muss sich der Gebäudeservice Wodara konkreter damit beschäftigen, welche Auswirkungen diese "Renten-Welle" auf das Unternehmen hat, wie sie abgefedert werden kann und vor allem wie die Betriebszugehörigkeit bei den ausführenden Mitarbeitenden erhöht werden kann. Dies gelingt einerseits durch das Senken der Fluktuationsrate und andererseits durch eine Analyse der Mitarbeitenden-Struktur. Sie kann dabei helfen zu verstehen, ob sich der Sektor verändert, beispielsweise durch die Integration von Geflüchteten, die möglicherweise nur auf einen bestimmten Zeitraum hin beschäftigt werden, weil sie in ihre Heimatländer zurück gehen wollen oder aber zunächst einen Einstieg benötigen, um überhaupt in Deutschland bleiben zu können und die sich dann entsprechend ihrer Qualifikation weiterentwickeln und beruflich verändern.





Erhebungen zur Zufriedenheit

Neben einer Mitarbeiter*innen-Zufriedenheitsumfrage wurden weitere Maßnahmen durchgeführt, die im weitesten Sinne auf die Zufriedenheit der Mitarbeitenden abzielen und versuchen, Wünsche und Ideen stärker abzuholen und zu berücksichtigen.

Ergebnisse der Umfrage

Im Jahr 2022 waren 155 Menschen das ganze Jahr über im Unternehmen beschäftigt. Da wir keine Stichtagerhebung gemacht haben, können wir nur gesichert davon ausgehen, dass diese 155 Mitarbeitenden die Umfrage erhalten haben. 34 Personen, also 25,16 %, haben demnach an der Umfrage teilgenommen.

Die Teilnahmequote ermöglichte uns tatsächlich nur einen ersten Eindruck für diese Themen zu bekommen und die Fehlerquellen für eine valide Auswertung zu identifizieren, um eine weitere Umfrage vorzubereiten. Da das Unternehmen stark durch die Nachfolge und andere operative Herausforderungen gefordert war, ist das Thema etwas in den Hintergrund geraten. Im Jahr 2024 werden wir eine neue Umfrage entwickeln (Folge der Diversitätsworkshops im Herbst 2023), die dann auf Validität und Auswertbarkeit hin geprüft wird.

Generell lässt sich sagen, dass bei der Auswertung der Umfrage sichtbar wurde, dass es vor allem möglich, war einen ersten Eindruck über Themen wie Gesamtzufriedenheit, Betriebsklima, Arbeitsplatz & Arbeitssituation sowie zu Führung und Kommunikation zu bekommen. Wir sind uns klar, dass es sich statistisch dabei tatsächlich nur um ein Blitzlicht handelt, weil die dahinterliegenden Gründe, insbesondere bei den Negativbewertungen nicht erfasst bzw. nachgefasst wurden. Im Folgenden wird daher nur auf die abgeleiteten Maßnahmen eingegangen.

Mit den folgenden Maßnahmen haben wir versucht, insbesondere auf das Betriebsklima und die Gesamtzufriedenheit Einfluss zu nehmen. Die dahinterliegende Hypothese lautet:

- Mehr Transparenz in der Information und Kommunikation in den jeweiligen Landessprachen (durch das neu eingeführte Intranet IK-Up) steigert die Zufriedenheit und das Betriebsklima vor allem bei Menschen, die sonst durch fehlende Sprachkenntnisse ausgeschlossen sind.
- Partizipation und gemeinsamer Austausch zu Fragen der Zusammenarbeit (s. Firmentag) fördert ein positives Betriebsklima.

Maßnahmen zur Verbesserung der Mitarbeitendenzufriedenheit

- 1. Im 3. Quartal 2022 führte das Unternehmen IK-Up ein. IK-Up ist ein firmeneigenes Intranet, das es uns ermöglicht, viele der personalbezogenen Aktivitäten nicht nur digital, sondern auch in den jeweiligen Sprachen der Mitarbeitenden durchführen zu können. IK-Up ermöglicht vor allem eine breite Partizipation von und Informationen für Mitarbeitende (in ihrer Landessprache). Über das Tool können beispielsweise folgende Aktivitäten durchgeführt werden:
 - Mitarbeitenden-Umfragen
 - Digitale Krank- und Urlaubsmeldungen
 - Beiträge (Informationen können abteilungsspezifisch differenziert und auch an alle versendet werden)
 - Terminorganisation
 - Chatfunktion usw.





Im ersten Jahr der Nutzung haben wir uns vor allem darauf konzentriert, Mitarbeitende so zu schulen, dass sie das Tool aktiv benutzen können und immer wieder Gespräche geführt, um Widerstände gegen die Einführung abzubauen. Wie mit jeder neuen Technik, brauchte es eine hohe Sensibilität, um mit Ängsten umzugehen.

Seit der Einführung haben wir das Tool genutzt, um Mitarbeitende u.a. zu folgenden Aspekten zu befragen:

- Wohnungsbedarf der Mitarbeitenden ermitteln
- Teilnahme und Partizipation an unserem Winterfest im Dezember 2023
- Teilnahme an dem gemeinsamen Videodreh-Tag und Abfrage von Themen, die wir dort als Weiterbildung anbieten können
- Diverse Meinungsumfragen im Kollegium zu kleineren Themen
- 2. Am 3. September 2022 wurden ein Firmentag mit dem Schwerpunkt: Wie wollen WIR in Zukunft zusammenarbeiten? initialisiert. Alle Mitarbeitenden des Unternehmens hatten die Möglichkeit, an diesem Workshoptag teilzunehmen. Ca. 40 Mitarbeitende haben das Angebot wahrgenommen. Der Workshoptag fand an einem Samstag statt, war also eine zusätzliche Zeitinvestition für unsere Mitarbeitenden. Unter diesen Umständen ist die Beteiligungsquote als sehr positiv einzuschätzen.

Arbeitsschwerpunkte des Workshopstages waren folgende drei Fragen:

- 1. Was muss passieren, damit aus Deinem guten Arbeitsplatz ein noch besserer wird?
- 2. Was muss/soll auf jeden Fall so bleiben?
- 3. Was braucht Ihr, was hilft Euch, um den Weg der Veränderung zu gehen?

Die Ergebnisse sollten der Unternehmensleitung einerseits zur Status Quo-Bestimmung dienen und andererseits Themen identifizieren, an denen weiter kontinuierlich gearbeitet werden muss. Folgende Aspekte wurden als zentrale Kernelemente benannt:

- ein ganz großes Anliegen aller Teilnehmenden ist die zu verbessernde Kommunikation: das betrifft die Informationsweitergabe, das offene Ansprechen von Problemen, Ärgernissen, Unstimmigkeiten sowie Absprachen
- alle wünschen sich ein wertschätzendes Umgehen miteinander auf Augenhöhe
- der Wunsch nach Veränderung und Weiterentwicklung ist groß
- die Atmosphäre ist offen, zugewandt, motiviert, wertschätzend, neugierig
- es gibt viele Ideen und Vorschläge, die Zusammenarbeit und Arbeit in der Firma zu verbessern

Insgesamt lässt sich sagen, dass zwei der Ideen für die Verbesserung der Kommunikation direkt umgesetzt wurden: ein analoges schwarzes Brett und ein Beschwerdekasten. Beides wurde innerhalb von 14 Tagen installiert, allerdings bisher leider nicht genutzt. Eine deutliche Verbesserung der Kommunikation wiederum gab es durch die Einführung von IK-Up.

Darüber hinaus wurde eine Projektgruppe Kommunikation gegründet, die sich in noch 2-3 weiteren Treffen weiter mit den Themen beschäftigte und kleine Informationen an die Mitarbeitenden herausgab.





Leider fehlte im operativen Tagesgeschäft die Zeit, die daraus resultierenden Ideen weiter zu verfolgen und umzusetzen. Das Potential des Tages wurde also nur bedingt genutzt. Die Einstellung von Madlen Sanchiño Martínez war eine Maßnahme, damit diese Themen in Zukunft kontinuierlich weiter vorangebracht werden können.

Mitarbeitendenumfrage zur allgemeinen Zufriedenheit

In der oben beschriebenen Mitarbeitendenumfrage im Rahmen der Erstellung der GWÖ-Bilanz wurde nach der Gesamtzufriedenheit der Mitarbeitenden mit den Bedingungen am Arbeitsplatz gefragt.

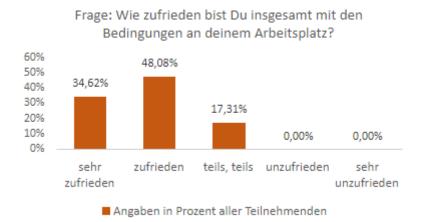


Abbildung 19: Antworten der Mitarbeitendenumfrage

Die Mehrheit der Teilnehmenden (82,7 %) haben mit "sehr zufrieden" und "zufrieden" geantwortet. Das lässt die Hypothese zu, dass unsere Maßnahmen angefangen haben, zu greifen. Zumindest bei einem allgemeinen Gefühl von Zufriedenheit. Es bleibt in Folge wichtig herauszufinden, was konkret diese Zufriedenheit auslöst, damit wir in den anstehenden Veränderungsprozessen nicht Dinge verändern, die für Menschen ein Kriterium für Zufriedenheit sind. Die restlichen 17,31 % der Teilnehmenden haben mit "teils, teils" geantwortet. Hier gilt es nachzufassen und herauszufinden, welche Herausforderungen zu einer möglichen Unzufriedenheit beitragen.

Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) pro Mitarbeitenden bzw. nach Führungsebene

Im Berichtszeitraum wurde die Weiterbildung von Mitarbeitenden nicht konsequent statistisch mit Stunden pro Person erfasst. Hierfür sollen in Zukunft auch durch die Ergänzung im Geschäftsführungsteam Strukturen und Prozesse etabliert werden.

Wir möchten aber dennoch einige Themen benennen, die als Schulungen quer über alle Abteilungen angeboten und durchgeführt wurden.

Was hat stattgefunden (teilweise Personenanzahl bekannt, teilweise nicht):

2020:

- Gewaltfreie Kommunikation Einführungsseminar (für die Verwaltung)
- Schulung Hubbühnen 2 Personen
- Führungskräfteseminar
- Personalfachkraftfrau-Fortbildung 1 Person
- Desinfektionskurs 1 Person





- Seilpartnerunterweisung 1 Person
- Alpintec-Unterweisung für Höhenabteilung 1 Person

2021:

- Seilpartnerschulung 1 Person
- Steuerfachschule Webinar
- Gewaltfreie Kommunikation und Sozialer Wandel Seminar
- Arbeitssicherheit Baum
- Weiterbildung Hygieneanforderung Schule und Kita
- Weiterbildung Arbeitsrecht

2022:

- Weiterbildung "Mitarbeiter für Veränderung gewinnen"
- Business Coaching
- Kalkulation Seminar für Gebäudereinigung
- Zukunftsforum Gebäudereinigung
- GWÖ-Konferenz Transformation Tag für Tag
- Alpintec-Unterweisung für Höhenabteilung
- Fahrsicherheitstraining
- Seminar Objektleiter
- Motorsägenseminar

2023:

- Brandschutzhelferausbildung
- Gerätesachkundigenausbildung
- 2x Schulung Hubarbeiten
- GWÖ-Sommerwoche 2 Personen
- Lehrgang Tatortreiniger
- Alpintec-Unterweisung für Höhenabteilung
- GWÖ-Konferenz
- 2x Zertifizierung Baumkontrolleur
- Hinweisgeber-Compliance Schulung
- Beratungs- und Workshop-Reihe zu Diversität im Projekt "Gleichstellung und Vielfalt fördern" (im Berichtszeitraum begonnen und 2024 vollendet)

Die Nachfrage von Qualifizierungsangeboten ist in der Gebäudeservice Wodara GmbH stark an den direkten Nutzen im eigenen Tätigkeitsbereich gebunden. Unsere Fachkraft für Arbeitssicherheit nimmt regelmäßig an den Schulungen in ihrem Bereich teil. Darüber hinaus hat der Abteilungsleiter Sonderreinigung mit einer Ausbildung zur Fachkraft für Arbeitssicherheit begonnen.

Mit dem Inkrafttreten des Hinweisgeber-Schutz-Gesetzes (HinSchuGe) hat der Abteilungsleiter Grünanlagen im Dezember 2023 an einer Weiterbildung zum HinSchuGe-Beauftragten teilgenommen. Externe Weiterbildungen, die der persönlichen Entwicklung der Mitarbeitenden dienen, sind im Unternehmen nicht ausgeprägt nachgefragt. Intern bietet das Unternehmen seit Oktober 2023 die Möglichkeit eines Führungskräftecoachings an. Dies ist möglich durch die Verstärkung von Madlen





Sanchiño Martínez im Team der Geschäftsführung. In Absprache mit den Führungskräften begleitet sie individuelle Prozesse, z.B. zum Thema Rollenklarheit als Führungskraft.

Ziel ist es in, im Jahr 2024 und folgend dieses Angebot zu systematisieren und auszubauen, damit die gebrauchten/ notwendigen Führungskompetenzen (auch bei Neueinstellungen) über interne Weiterbildungen abgedeckt werden können.

Auszubildende



Abbildung 20: Ein Auszubildender mit seinem Ausbildungsbetreuer bei der Glasreinigung

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

Berichtszeitraum	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
Auszubildende	2	3	8	6	4,75

Abbildung 21: Auszubildende im Berichtszeitraum

Im Jahr 2022 haben wir unsere Anzahl an Auszubildenen auf fünf Auszubildende im 1. Lehrjahr erhöht. Zwei der Auszubildenen mussten uns leider verlassen. Dennoch haben wir grundsätzlich zwischen 2-3 Auszubildene pro Lehrjahr. Im Jahr 2023 haben wir darüber hinaus begonnen, Gespräche zu einer Organisation aufzunehmen, die uns Auszubildene aus Mali vermittelt. Die Bewerbungsgespräche werden im Jahr 2024 stattfinden und wenn alles gut geht, beginnen sie im September 2024 mit der Ausbildung.

Für die Auszubildenen wird es in Zukunft Ausbildungsbetreuer*innen im Unternehmen geben. Auch wenn wir im Berichtszeitraum gute Erfahrungen gemacht haben, die Auszubildenen sehr zufrieden und motiviert waren, wollen wir (mit steigender Anzahl) die Qualität unserer Ausbildung sichern und noch bessere Ansprache- und Betreuungssituationen für sie schaffen. Dafür haben wir zwei Mitarbeitende im Unternehmen benannt und werden im Jahr 2024 ein Konzept erarbeiten.

Nicht zuletzt müssen wir uns für die Zukunft überlegen, wie wir auch die Auszubildenen stärker für die GWÖ sensibilisieren können und sicherstellen, dass sie im Idealfall bei uns im Unternehmen bleiben. Die Übernahmequote ist noch zu gering für den Bedarf, den wir an Glas- und Gebäudereiniger*innen haben.





Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurde eine Beratungs- und Workshopreihe zu Diversität begonnen.
- Es wurden Firmenfeiern wie das Jubiläum oder das Winterfest durchgeführt.
- Die Abteilung Unterhaltsreinigung führt regelmäßig Jahresgespräche mit allen Mitarbeitenden.
- Die Geschäftsführung führt Jahresgespräche mit den Abteilungsleitenden.
- Mehr Mitsprache im Team: Beteiligung bei wichtigen Fragen, die durch Widerstandsmessung entscheiden werden, siehe C4.
- Das Onboarding-Dokument wurde in 2023 finalisiert (wurde erst 2024 online veröffentlicht, d.h. bei IK-Up eingestellt). In dem Dokument gehen wir auch auf die Goodies für Mitarbeitende ein.
- Der Konkurrenzdruck zwischen den Abteilungen konnte reduziert und ein besseres Verständnis erreicht werden, insbesondere durch regelmäßige Meetings zwischen den Bereichen mit Nahtstellen: Unterhaltsreinigung-Sonderreinigung seit Mitte 2023 und Sonderreinigung/Hausservice seit Ende 2023.
- Über den Nichtschülerabschluss aufklären: Zulassung zur Abschlussprüfung ohne Berufsausbildung bei der IHK anmelden (in Zusammenarbeit mit Job-Center/Trägermaßnahme) – Wir sprechen es situativ immer wieder bei Kolleg*innen ohne Ausbildung an, es darf noch strukturierter werden.

Was konnte nicht gänzlich oder nicht erreicht werden

- Die Neuauflage des Leitbildes wurde im Berichtzeitraum nicht in den Fokus genommen. Die Covid-Pandemie und die Folgewirkungen haben es notwendig gemacht, andere Prioritäten zu setzen. Nicht zuletzt befindet sich das Unternehmen gerade in einem Nachfolgeprozess, der auch Kapazitäten und Aufmerksamkeit bindet. Da der Leitbildprozess nur sinnvoll zur Veränderung und Weiterentwicklung in der Organisation führt, wenn er als partizipativer Prozess verstanden wird, warten wir damit, bis die Übergabe im Jahr 2025 vollständig abgeschlossen ist.
- Ein grundsätzlicher Plan für Aus- und Weiterbildung konnte in dem Zeitraum nicht entwickelt werden. Generell ist das ein Ziel für 2025, also den neuen Berichtszeitraum. Punktuell haben wir eine Fortbildung für Führungskräfte zum Thema Antidiskriminierung mit Erfolg durchgeführt und im Oktober 2023 startete unsere Workshopreihe zu Diversität. Wir haben hier den Fokus auf Diversität und Personalgewinnung gelegt und gleichzeitig eine Umfrage für den Sommer 2024 zur Wahrnehmung von Diversität in der Belegschaft vorbereitet. Daraus wollen wir ableiten, welche Veränderungen wir noch vornehmen müssen, um zukünftig Menschen mit Flucht- und Migrationshintergrund noch besser gewinnen, unterstützen und onboarden zu können.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- das Gemeinschaftsgefühl in der Verwaltung und zwischen allen Mitarbeitenden stärken:
 - 1. Teamentwicklungsevent zwischen dem dritten Quartal 2024 und dem ersten Quartal 2025, mit allen Abteilungsleitenden, Teamassistenz und Personalabteilung
 - 2. Winterfest 2024
- Eigenverantwortung & Beteiligung stärken:
 - 1. Einführung von regelmäßigen Strategietagen für die Abteilungsleitenden: Kick Off am 24.01.2024 und dann Januar 2025 & Januar 2026





- 2. Einführung von Quartalsmeetings zur Finanzplanung und Finanzsituation des Unternehmens: Beginn erstes Quartal 2025 (voraussichtlich März 2025)
- 3. Einführung von regelmäßigen Meetings zwischen Abteilungsleitung & Geschäftsführung mit dem Fokus: Ausrichtung und Entwicklung der Abteilung; Umsatz & Gewinn (Beginn Februar 2025, alle vier bis sechs Wochen wiederkehrend)
- die Kompetenzen aller Mitarbeitenden & die Ausbildungsqualität bei steigender Anzahl der Auszubildenden halten und verbessern:
 - 1. Entwicklung eines Auszubildenden-Konzeptes mit konkreten Lernschwerpunkten und dem strukturierten Weg durch die Abteilungen fertig bis Dezember 2024; Zwischenstand erste Juliwoche 2024, hier soll stark zwischen den Abteilungen kooperiert werden, um das Ziel aus der letzten Bilanz "Auszubildende können herausfinden, wo ihre Interessen liegen, z.B. möglich bei Baumaßnahmen und Bauendreinigen" noch besser umzusetzen
 - 2. Personalentwicklungsprogramm für Führungskräfte:
 - a. Schwerpunkte Finanzplanungskompetenz & Strategie; Führungskompetenz, ggf. digitale Kompetenz/ Im Jahr 2024 genauer definieren was es braucht und für 2025 ein Budget einstellen/ eine Schulung ab 2025 pro Jahr: Wertschätzende und respektvolle Kommunikation, kultursensibler Umgang und Konfliktlösung
 - b. Nach Bedarf Unterstützung für angehende Führungskräfte (Rollenvorbereitung)
 - c. Nach Bedarf fachspezifische Fortbildungen
 - 3. Ab 2025 kontinuierliche Erhebung der Krankenzahlen & Fluktuationsrate und daraus Maßnahmen zur Verbesserung ableiten
 - 4. Januar Mai 2025: Pilot-Austrittsgespräche durchführen, um Maßnahmen zu identifizieren, die uns helfen, ungewollte Fluktuation zu senken und gleichzeitig Einstellungsprozesse zu optimieren
 - 5. Mitarbeitendenstrukturanalyse in 2025 bzw. 2026, um Verweildauer besser zu verstehen und daraus Entscheidungen abzuleiten

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz [30%]

Berichtszeitraum	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
Krankenquote	8,85%	12,02%	9,41%	8%	9,57%
Krankentage im Jahr gesamt	1071	1568	1888	1662	1547,25
Mitarbeitende, die sich krankgemeldet haben	54	58	90	94	74

Abbildung 22: Krankenquote und Krankentage im Berichtszeitraum

Grundsätzlich sind die Krankentage im Berichtszeitraum wie zu erwarten durch Covid angestiegen. Die Spitze wurde im Jahr 2022 erreicht mit 1888 Tagen, die sich auf 90 Mitarbeitende verteilen. Im Jahr 2023 sank die Anzahl der Tage etwas, aber die Verteilungsquote blieb nahezu gleich. Auffällig ist, dass sich die Krankentage durchschnittlich auf 74 Mitarbeitende verteilen. In Zukunft muss hier eine Analyse stattfinden, um den Mitarbeitenden mit einer hohen Krankenquote spezifische Angebote zur Gesundheitsförderung zu machen. Leider ist bei uns für Rückkehrer ein Hamburger Modell nur schwer umsetzbar. Das Hamburger Modell ermöglicht eine stufenweise Wiedereingliederung von Menschen nach langwieriger und schwerer Erkrankung. Mitarbeitende haben die Möglichkeit, sich schrittweise wieder an die Arbeitsbelastung zu gewöhnen. Für Vollzeitbeschäftigte gilt: Zu Beginn der beruflichen Wiedereingliederung ist eine Arbeitsbelastung von mindestens zwei Stunden pro Arbeitstag die Regel.





In der Unterhaltsreinigung würde das bedeuten, dass Mitarbeitende für 2h in ein Objekt gehen und im Anschluss eine weitere Fachkraft die Reinigung weiterführen müsste. Logistisch ist das eine große Herausforderung. In Zukunft sollten wir überlegen, welche Alternativen wir anbieten können, um Menschen den Wiedereinstieg langsam zu ermöglichen.

Darüber hinaus bleibt abzuwarten, wie sich diese Zahlen weiterentwickeln und ob sie wieder auf einen Vor-Covid-Wert zurückgehen werden. Das Unternehmen stellt generell kostenfrei Covid-Tests zur Verfügung und hat sich selbst in der Verwaltung die Regel gegeben, sich in der Haupterkältungszeit (Oktober bis März) regelmäßig wöchentlich zu testen und vor größeren Zusammenkünften auch Tests durchzuführen. Kranke Mitarbeitende werden angehalten, nicht zu arbeiten und in der Verwaltung gehen Mitarbeitende, die Covid-positiv sind, aber keine Symptome haben, ins Home-Office.

Klar ist, dass eine durchschnittliche Krankenquote von fast 10% auch eine hohe finanzielle Belastung für das Unternehmen darstellt. Insofern ist es sehr hilfreich, weitere Maßnahmen zur Prävention zu identifizieren.

Der familiäre Charakter des Unternehmens spiegelt sich auch im Thema Gesundheit wider. Es wird über den reinen Arbeitsalltag hinaus auf die Gesundheit der Mitarbeitenden geachtet und Unterstützung geleistet. Zwei Mal wöchentlich wird für die Verwaltungsmitarbeitenden regional und Bio gekocht und es steht grundsätzlich Wasser und Tee zur Verfügung. Die ausführenden Mitarbeitenden werden mit Sonnencreme versorgt und angehalten, regelmäßige Trinkpausen in der Sommerzeit zu machen. Zusätzlich können die Teams, beispielsweise in der Grünanlagenabteilung, im Sommer selbständig über ihre Arbeitszeiten entscheiden. In der Regel wird die Arbeit dann sehr früh am Morgen begonnen, damit man nicht in die heiße Mittagssonne gerät.

Nach wie vor vermitteln wir auf Anfrage eine*n Spezialist*in, wenn es Probleme im Bereich körperliche & psychische Gesundheit geht. Bei privaten Behandlungen wie bei Rücken- oder Knieproblemen wurde in Einzelfällen finanzielle Unterstützung geleistet. Außerdem haben die Abteilungsleitenden Probleme ihrer Mitarbeitenden wie schwache Hüften oder andere ernsthafte Erkrankungen stets im Blick und begleiten beispielsweise Mitarbeitende zu ihrer Behandlung.

Wir haben in der Zeit der Covid-Zeit einen digitale Fitnessplattform (Fitnessraum) mit Sportanageboten kostenlos zur Verfügung gestellt. Leider wurde dieses Angebot nicht genutzt, so dass wir es Ende 2023 wieder eingestellt haben. Das führt auch zu einer Müdigkeit in der Geschäftsführung, neue Angebote zu machen.

Es ist nach wie vor so, dass wir uns weit über gesetzliche Anforderungen und den reinen Arbeitsalltag hinaus um eine gute Gesundheit der Mitarbeitenden bemühen und ein sehr persönlicher Umgang miteinander herrscht. Das Gefühl einer "Familie" scheint hier eine große Rolle zu spielen.

Besondere Belastungen im Unternehmen

Mitarbeitende im Gebäudereinigungsbereich sind einer hohen körperlichen Beanspruchung ausgesetzt. In der Unterhaltsreinigung kommt es zu langen Laufwegen mit Treppen im Gebäude, bückenden Haltungen durch das Saugen und Wischen, aber auch zu monotonen einseitigen Belastungen durch die täglich wiederkehrenden Arbeiten. Mitarbeitende der Sonderreinigung und in der Grünanlagenabteilung müssen darüber hinaus in der Höhe, mit teilweise schwerem technischem Gerät und draußen unter schwierigen Wetterbedingungen arbeiten. Dadurch sind sie Kälte, Sonne, Lärm, Emissionen und Vibration usw. ausgesetzt. Dem versuchen wir, über die Anschaffung von Geräten mit geringerem Gewicht sowie Lärm und Vibration, entgegenzuarbeiten. Auf Messen beispielsweise probieren wir neue (Rücken-)Staubsauger unter diesen Aspekten aus. Ein nächster Schritt wird sein, Geräte wie den Rückenstaubsauer nochmal spezifisch auf körperlich schwächere Anforderungen (kleiner & leichter) hin zu überprüfen. Darüber hinaus reduzieren wir den Einsatz von Chemikalien, da wo möglich. Das hat einen hohen Einfluss auf die Umwelt und die Gesundheit unserer Mitarbeitenden.





Um mit den Wetterbedingungen menschenwürdig umzugehen, bekommen Mitarbeitende eine qualitativ hochwertige und den Witterungsbedingungen angepasste Arbeitskleidung, die kostenlos gestellt und bei Bedarf erneuert wird.

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

Belastungserleben am Arbeitsplatz – Umfrage im Rahmen der Bilanzerstellung

In der unter C1 beschriebenen Umfrage haben wir die Teilnehmer*innen gefragt: Wie findest Du die allgemeine Arbeitsbelastung?



Abbildung 23: Antworten der Mitarbeitendenumfrage

Die große **Mehrheit der Teilnehmenden**, also 75,51%, gaben an, die Arbeitsbelastung sei genau richtig. **24,49**% der Teilnehmenden gaben an, die Arbeitsbelastung sei viel zu hoch (2,04%) oder zu hoch (22,45%). Niemand fand die Arbeitsbelastung (viel) zu gering.

Dieses Blitzlicht zeigt an, dass wir uns im nächsten Berichtszeitraum aktiv mit der Belastungsfrage der Mitarbeitenden auseinandersetzen müssen. Nachfolgend ist es wichtig, herauszufinden welcher Art die Belastungen sind und was wir als Arbeitgeber*in dagegen tun können. Es ist wichtig zu analysieren, inwieweit das Belastungserleben mit dem Krankenstand korreliert. Dafür sind Gespräche in den Abteilungen notwendig, da sich die Ursachenforschung schwer über eine quantitative Umfrage abdecken lässt. Es bleibt zu überlegen, ob wir uns extern bei einer qualitativen Erhebung unterstützen lassen.

Maßnahmen zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz

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





Das Unternehmen setzt die vorgegebenen Unterweisungen, Überprüfungen, Weiterbildungen und andere Maßnahmen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz um. Darunter fallen:

- Jahresanfang: Arbeitsschutzunterweisung
- regelmäßig Kontrollen der Berufsgenossenschaft
- Farbstoffkataster: Unterweisung über Umgang mit Gefahrenstoffen wurde erstellt und alle Mitarbeitenden wurden darüber informiert
- Leitern wurden gesetzlich vorgeschrieben ausgetauscht, was auch immer einen hohen Investitionsaufwand für das Unternehmen bedeutet
- Geräte werden jährlich von einem externen Ingenieur geprüft
- Ersthelfer-Ausbildung durchgeführt
- Fahrsicherheitstraining (freiwillig) durchgeführt
- Auffangwannen unter den Regalen wurden installiert, um Schadstoffe beim Auslaufen aufzufangen
- Höheneinstellung des Wischers ist auf Wunsch möglich (Anpassung an Körpergröße)
- Covid-Tests und Desinfektion kostenfrei zur Verfügung gestellt
- bessere Bildschirme für weniger Ermüdung bereitgestellt

Leider fehlen uns statistische Daten zur Erfassung der tatsächlichen Stunden, die pro Mitarbeitenden in die Maßnahmen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz geflossen sind. Zukünftig will sich das Unternehmen, auch durch neue Arbeitssicherheitsfachkraft-Prozesse, hier besser aufstellen.

Betriebsunfälle

Berichtszeitraum	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
Anzahl gemeldete Betriebsunfälle	2	10	9	12	8,25

Abbildung 24: Anzahl gemeldeter Betriebsunfälle im Berichtszeitraum

Mit Blick darauf, dass unser Handwerk im Grunde voller Möglichkeiten eines Arbeitsunfalls steckt, haben wir eine recht geringe Quote an Betriebsunfällen. In der Regel handelt es sich dabei um kleinere Schnittverletzungen o.ä. - also nichts lebensbedrohliches oder so sehr einschränkendes, dass Mitarbeitende über längere Zeiträume ausfallen.

Was wir in jedem Fall – auch hier – deutlich verbessern müssen, ist eine strukturierte Auswertung bzw. Analyse der Vorfälle in Verbindung mit abzuleitenden Maßnahmen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Teilweise wurden flexible Arbeitsplätze geschaffen (HO, höhenverstellbare Tische).
- Eine Gemüsekiste wurde eingeführt (jedoch wieder abgeschafft, da es von den Mitarbeitenden nicht genutzt wurde).
- Es gibt ein Hochbeet auf dem Gelände und es kann sich jede*r was nehmen und es wird damit gekocht – es bleibt die Frage, ob wirklich alle Mitarbeitenden gut darüber informiert sind, damit wirklich alle es auch nutzen können.
- Der Geschäftsführer hat seine Mitarbeitenden unterstützt, Termine bei Spezialist*innen zu bekommen.
- Mitarbeitende wurden auf Firmenkosten zu Ärzt*innen (bspw. medizinische Dienste, die nicht über Krankenkasse abgerechnet werden können) geschickt oder bei der Vermittlung an Fachspezialist*innen oder der Terminfindung unterstützt.





- Es wurde eine kostenlose Online-Fitness-Plattform für alle Mitarbeitenden angeboten, die jedoch aufgrund fehlender Resonanz zum Jahresende 2023 wieder eingestellt wurde.
- Die Abteilungsleitenden haben die Freigabe, für Mitarbeitende Getränke zur Verfügung zu stellen und sie über die Firma abzurechnen.
- Sonnenschutz wurde teilweise abgelehnt und wird nun von Abteilung zu Abteilung unterschiedlich gehandhabt.

Was konnte nicht gänzlich oder nicht erreicht werden:

Rauchentwöhnung: Das ist ein sensibles Thema, das die Grenze zum Privaten überschreitet.
 Eine Person hat mit dem Rauchen aufgehört. Allerdings hat das Unternehmen keine Entwöhnungskampagne gestartet. Nach wie vor werden Kolleg*innen unterstütz, die den Wunsch äußern.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- bis Mitte 2024 einen IK-Up Artikel zum Hochbeet verfassen und alle Mitarbeitenden über die Möglichkeit der Mitnahme von Gemüse informieren.
- im Jahr 2025 Maßnahmen recherchieren, die Krankenkassen kostenlos für Mitarbeitende anbieten und die auf unseren Arbeitsplatz einzahlen (bspw. Rückschulung, richtig tragen, usw.).
- Datenmanagement: Datenerfassung zu Krankenstand und regelmäßige Auswertung pro Abteilung ab 2025 einführen.
- im Jahr 2025/2026 eine Gefährdungs- und Arbeitsschutz-Beurteilung durch die AOK durchführen.
- bis Ende 2025 eine qualitative Erhebung zum Belastungserleben am Arbeitsplatz durchführen und Maßnahmen zur Senkung der erlebten Arbeitsbelastung ermitteln (dabei die Korrelation zu den Krankenzahlen mitdenken).
- bis April 2025 Auf dem Gelände einen Spender für Wasser, Sonnencreme und Hautschutzcreme installieren.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit [30%]

Welche Rolle spielt Diversität beim Gebäudeservice Wodara?

Die Gebäudeservice Wodara GmbH versteht sich als Unternehmen, das jedem Menschen unabhängig von Hautfarbe, ethnischer Zugehörigkeit, Geschlecht oder Weltanschauung eine Arbeitsperspektive bietet und kulturelle Vielfalt willkommen heißt und lebt.



Abbildung 25: Mitarbeitende aus der Grund- und Unterhaltsreinigung





Seit 2023 ist das Unternehmen Mitglied im Netzwerk "Unternehmen integrieren Flüchtlinge e. V." und setzt sich seit 2024 als Regionalbotschafter*in für eine Integration von Geflüchteten auf dem Arbeitsmarkt ein.

Divers werden ist angesichts der Branche und des Niedriglohnsektors weniger eine Herausforderung für das Unternehmen, weil die wenigsten Arbeitskräfte bspw. ausschließlich deutsche Wurzeln haben. **Divers leben** ist die Herausforderung und braucht kontinuierliche Begleitung. Deshalb engagieren wir uns im Netzwerk "Unternehmen integrieren Flüchtlinge e. V.", um von anderen Unternehmen zu lernen und gemeinsam Lösungen und BestPratice auszutauschen.

Ethnie	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
Anzahl verschiedener Nationen	18	18	14	16	16,5
Anzahl Menschen mit ausländischer Staatsbürgerschaft	59	56	63	75	63,25
Davon Anzahl in der Führungsebene	0	0	0	0	0

Abbildung 26: Demografische Verteilung der Mitarbeitenden nach Herkunft

Was man an den Daten gut sehen kann, ist dass sich Diversität auf die operativen Fachkräfte bezieht. Im Management ist die Gebäudeservice Wodara GmbH leider kaum divers. Bei Veränderungen im Management wollen wir zukünftig das Personalrecruiting stärker auf Menschen nicht-deutscher Herkunft ausweiten und Stellenanzeigen auf ihre Diversität hin überprüfen. Ähnliches gilt für die Frauenquote im Unternehmen.

Als **Handwerksbetrieb** ist die Gebäudeservice Wodara GmbH prinzipiell sehr männerdominiert, mit Ausnahme der Unterhaltsreinigung. Da diese jedoch die größte Abteilung ist, ist das Männer-Frauen-Verhältnis über das gesamte Unternehmen gesehen relativ ausgeglichen. Die nachfolgenden Werte gelten dabei für die ausführenden Mitarbeitenden. In der Verwaltung und im Management verändern sich die Zahlen.

Gesamtes Unternehmen	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
Frauen	86	83	94	96	89,75
Männer	118	119	122	124	120,75

Abbildung 27: Demografische Verteilung der Mitarbeitenden nach Geschlecht

In der Verwaltung und im Management verändert sich das Geschlechterverhältnis.

In Verwaltung und Führung sind im Durchschnitt ein Viertel Frauen. Es gilt, in Zukunft bei offenen Stellen und Bewerbungen darauf zu achten, dass Frauen ermutigt werden, sich zu bewerben (Stellenausschreibungen anders gestalten) und dann auch stärker in die Auswahl mit aufgenommen werden.

Verwaltungsebene	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
Frauen	4	6	4	5	4,75
Männer	11	11	13	15	12,5

Abbildung 28: Demografische Verteilung der Mitarbeitenden in der Verwaltungsebene nach Geschlecht

Grundsätzlich sollte man sagen, dass die Stellen in den Führungspositionen einer sehr geringen Fluktuation unterliegen (siehe Betriebszugehörigkeit) und sich auch deshalb eher ein statisches Moment in den Zahlen ergibt.





Zukünftig wird die Gebäudeservice Wodara GmbH sich auch stärker mit der Integration von Menschen mit Behinderungen auseinandersetzen. Wie man der Tabelle entnehmen kann, ist der Anteil der inklusiven Arbeitsplätze eher gering.

Schwerbehinderung	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
Anzahl der Mitarbeitenden mit Schwerbehinderung	5	5	5	7	5,5
Davon Führungskräfte	0	0	0	0	0

Abbildung 29: Demografische Verteilung der Mitarbeitenden nach Schwerbehinderung

Das liegt nicht zuletzt daran, dass die meisten Tätigkeiten - vor allem in der Ausführung - im Unternehmen einen bestimmten Grad an körperlicher Belastbarkeit benötigen und mit Einschränkungen kaum möglich sind.

Eine Auflistung der Mitarbeitenden nach anderen Dimensionen der Diversität ist aufgrund fehlender Daten nicht möglich und wird aus ethischer Perspektive auch kritisch betrachtet.

Im Berichtszeitraum waren durchschnittlich drei Mitarbeitende in Elternzeit mit einer Dauer von durchschnittlich 16,25 Monaten.

Väter- Mütterkarenz	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
Anzahl Mütter	4	3	1	2	2,5
Anzahl Väter	1	0	0	1	0,5
Anzahl Monate gesamt	18	27	4	16	16,25

Abbildung 30: Anzahl der Mitarbeitenden in Elternzeit, aufgeteilt nach Müttern und Vätern

Der Gebäudeservice Wodara schickt in der Regel Grußkarten an die neuen Eltern und einige Abteilungsleitende begrüßen die neuen Erdenbürger mit einem Blumenstrauß.

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

Im Oktober 2023 haben wir eine extern angebotene Beratungs- und Workshop-Reihe zu Diversität im Projekt "Gleichstellung und Vielfalt fördern" begonnen, die im März 2024 abgeschlossen wurde. Dabei wurde sich auf das Thema "Diversität in der Personalgewinnung" konzentriert. An den vier Workshops mit jeweils fast vier Stunden haben fünf Personen aus der Verwaltung und Führungskräfte teilgenommen. Die folgenden Ergebnisse konnten erreicht werden:

- Überprüfung der Webseite unter dem Aspekt Niederschwelligkeit und Diversität
- Überprüfung der Stellenausschreibungen auf Diversitätskriterien hin
- Entwickeln einer Umfrage für 2024, um das Diversitätserleben der Mitarbeitenden abzufragen und gleichzeitig mit der Frage nach Kanälen für das Recruiting zu verbinden





Insgesamt können wir keine statistischen Angaben machen zu den in Anspruch genommenen Angeboten im Bereich Gesundheit/Diversität und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden.

Wie bereits erwähnt wurde der kostenlose Zugang zu einer Online-Fitness-Plattform mit Sportkursen angeboten. Von den erstmalig 100 verschickten Codes gab es nur 20 Anmeldungen.

In welchen Bereichen könnten sich Mitarbeitende benachteiligt fühlen?

Leider gibt es aktuell keine Erhebungen darüber, wie viele Menschen mit einer Diversitätsdimension das Unternehmen verlassen haben und welche Rolle dabei fehlende Integration, inklusive Faktoren oder andere Gründe spielen. In diesem Sinne ist aktuell auch nicht zu erfassen, wo sich Mitarbeitende benachteiligt fühlen können. Eine Ausnahme bilden im Berichtszeitraum dabei sicherlich Stellenausschreibungen, die nicht auf bestimmte Merkmale hin geprüft worden sind. Es kann also sein, dass wir aufgrund der Ausschreibungen insbesondere im Bereich der Verwaltung indirekt benachteiligt haben.

Bisher gab es keine Vorfälle, in denen explizite Beschwerden über Diskriminierung im Unternehmen geäußert wurden. Bei Neueinstellungen konnte keine Diskriminierung festgestellt werden. "Wir geben jedem eine Chance, egal ob männlich, weiblich, schwarz, weiß, grün, gelb", wie eine Mitarbeiterin so schön sagte. Die bereits erwähnten im Berichtszeitraum neu eingeführten Vertrauenspersonen sowie Ansprechpartner*in für das Hinweisgeberschutzgesetz (und damit verbunden auch das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz) bauen zudem Barrieren für diesbezügliche Beschwerdemöglichkeiten ab. Was wir sicher zukünftig weiterhin in den Fokus nehmen können, ist das Thema "Unconscious Bias" - also unbewusste Voreingenommenheit - um für unbewusste Denkmuster zu sensibilisieren, die dann ungewollt zu Diskriminierung führen können.

Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Im September 2022, am in C1.1 erwähnten Firmentag, gab es einen großen Team-Workshop, an dem 36 Menschen aus allen Bereichen der Firma teilgenommen haben. Die Atmosphäre war wunderbar. Auch Menschen, die erstmalig an solch einem Workshop-Format teilgenommen haben, haben sich selbstbewusst vor die Kolleg*innen gestellt und ihre Gruppenergebnisse präsentiert. Dieser Tag lief unter dem Motto "Wie wollen wir in Zukunft arbeiten?". Als Moderation haben wir uns doppelte Unterstützung mit Expertise im Bereich der Demokratisierung dazu geholt. Die Power dieses Termins sollte in die Zukunft übertragen werden. Leider gab es lediglich ein weiteres Treffen und aus organisatorischen Schwächen in der Verwaltung und einem stets hohen Pensum im Tagesgeschäft ist die Power leider verpufft. Das Hauptthema "mangelnde Kommunikationsmöglichkeiten" wurde wie bereits erwähnt durch die Einführung des Intranets, einen, Ideenboard und einem Kummerkasten angegangen.

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

Generell lässt sich sagen, dass Partizipationsprozesse, wie am Strategietag im Januar 2024, auch dazu beitragen, (hierarchische) Unterschiede zu minimieren. Darüber hinaus versuchen wir möglichst viele





Entscheidungen zu konsensieren bzw. zumindest mit Widerstandsabfragen und dem Abfragen und Integrieren von Ideen und Lösungsvorschlägen solche Hürden abzubauen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurden Vertrauenspersonen & ein Ansprechpartner im Sinne des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes im Jahr 2023 eingeführt, sodass potenzielle Beschwerden bezüglich Diskriminierung leichter ermöglicht werden.
- Es wurde eine Beratungs- und Workshopreihe zu Diversität begonnen.
- Seit 2023 ist das Unternehmen Mitglied im Netzwerk "Unternehmen integrieren Flüchtlinge e. V.".
- Das Unternehmen nahm an Jobmessen für Geflüchtete teil.
- Es wurden zwei weitere langzeitarbeitslose Menschen eingestellt.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- 2024 eine Diversitäts-Umfrage durchführen, auswerten und Maßnahmen ableiten.
- bis Ende 2026 Datenmanagement: Datenerfassung und Analyse zu Austritten und Verbindung mit Diversitätsdimensionen.

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

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

Zudem ist das Unternehmen, in einer teils polarisierten Gesellschaft, nicht vollständig vor Äußerungen geschützt, welche einzelne Menschen oder auch ganze Menschengruppen herabwürdigen. Da im derzeit bestehenden Sozialsystem selbst Leistungen zur Grundsicherung noch gestrichen werden können, kann die Gebäudeservice Wodara GmbH zudem nicht ausschließen, dass sich Menschen aus reinem Zwang dem Unternehmen anschließen.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge [37%]

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes [40%]

Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten und wie transparent sind die zugrundeliegenden Konditionen?

Die Gestaltung der Verdienste orientiert sich am Tarifvertrag der Gebäudereiniger-Innung¹. Dieser enthält Regelungen rund um das Arbeitsverhältnis. Dazu gehören unter anderem Arbeitszeitregelungen, Zuschläge für Nacht- und Feiertagsarbeiten, Entgeltfortzahlungen im

¹ Die aktuell gültige Fassung des Lohntarifvertrages sowie des Rahmentarifvertrages sind online auf der Website der Berliner Gebäudereiniger-Innung einsehbar. Abrufbar unter gebaeudereiniger-berlin.de/branche/aktuelletarife, zuletzt abgerufen am 01.07.2024.



1

Krankheitsfall, Erholungsurlaub, Kündigungsbestimmungen und Lohngruppen mit jeweiliger Mindestlohnregelung. Da dieser über dem Mindestlohn liegt, wird von einem lebenswürdigen Verdienst ausgegangen. Eine gesamtgesellschaftliche Diskussion, ab wann ein Verdienst als lebenswürdig gilt, über Mindestlöhne und Tarifverträge hinaus, wird dennoch als nötig und sinnvoll erachtet. Die Tarifanpassungen im Oktober 2021 betrugen 12,5% und zum Januar 2023 weitere 12,5%.

Für die ausführenden Mitarbeitenden gibt es durch die Tarifstruktur eine jederzeit transparent nachvollziehbare Kondition. Die Tariferhöhungen müssen 1:1 an die Beschäftigten weitergeben werden und gleichzeitig haben Mitarbeitende die Möglichkeit, jederzeit in ein klärendes Gespräch mit ihren Führungskräften zu gehen und sich die Gehaltsentwicklung und Zusammensetzung erklären zu lassen. Angesichts der multiplen Krisen im Berichtszeitraum, die die Lebenserhaltungskosten der Mitarbeitenden deutlich erhöht haben, lässt sich im Niedriglohnsektor grundsätzlich die Frage stellen, ob die Tarifentlohnung ein menschenwürdiges Einkommen darstellt.

Im Netzwerk Gemeinwohl-Ökonomie Unternehmen Berlin-Brandenburg e.V. - in dem das Unternehmen Mitglied ist - wird es Ende 2024 eine Arbeitsgruppe geben, die sich mit der Frage beschäftigt, was ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster "lebenswürdiger Verdienst" ist und wie sich das in den Branchen jeweils spiegelt, beziehungsweise ob eine Bezahlung in diesem Rahmen stattfindet. Das ist auch für die Gebäudeservice Wodara GmbH eine relevante Frage, denn was, wenn - statistisch gesprochen – der Verdienst höher ausfallen muss, als es der Tariflohn vorsieht? Wir werden uns in diese Arbeitsgruppe einbringen, auch, weil wir langfristig das Ziel haben, die Löhne insbesondere für die Unterhaltsreinigung jenseits vom Tarif zu erhöhen, um es an die Lebenswirklichkeiten (z.B. hohe Mieten) anzupassen.

Auf der anderen Seite kommen oft Mitarbeitende, die bereits dankbar sind, dass die Gebäudeservice Wodara GmbH den Lohn stets pünktlich zahlt. Dies soll nicht als Vorteil erwähnt werden, mit dem sich das Unternehmen "schmücken" kann, sondern um zu verdeutlichen, dass ein Anheben des Branchenstandards wichtig ist. In E1 wird auf diesbezügliche Bemühungen näher eingegangen.

Der Gebäudeservice Wodara hat im Jahr 2023 rund 39 Tsd. Euro an die Mitarbeitenden als Inflationsausgleich ausgeschüttet. Im Jahr 2022 war diese Summe in ähnlicher Größenordnung.

Möglichkeiten in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen

Die innerbetriebliche Spreizung zwischen dem höchsten Gehalt (inkl. Geschäftsführung) und dem niedrigsten Gehalt ist mit 1:2,28 (13,50€ - 30,81€ pro Stunde) äußerst gering.

Das ist einerseits sehr lobenswert mit Blick auf die Werte des Unternehmens und stellt gleichzeitig auf der Fachkräftegewinnung im Führungssektor eine Herausforderung dar. Insbesondere im Managementbereich liegen die Vergleichsgehälter höher.

Im Jahr 2023 nahm die Geschäftsführung die Debatte um ein solidarisches Gehaltsmodell in der Verwaltung wieder auf. Im Herbst 2023 wurden auf einer Teamsitzung in der Verwaltung/Management Kriterien gesammelt, die so einem Gehaltsmodell zugrunde liegen sollen. Im Laufe des Prozesses wurde mit den Mitarbeitenden immer wieder an den Kriterien gearbeitet und es wurden Widerstände berücksichtigt und Vorschläge integriert. Im Jahr 2024 soll dieses Modell dann von der Verwaltung verabschiedet werden.





Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- bis Oktober 2024 einen Gehaltskatalog für die Verwaltung verabschieden. Die Kriterien werden gemeinsam mit den Veraltungsmitarbeitenden besprochen und Ideen und Anregungen fließen ein. Im September oder Oktober 2024 wird es zu dem entwickelten Vorschlag eine Widerstandsmessung geben und damit final verabschiedet.
- Gehaltsmodell in den Abteilungen:
 - November 2024 wird mit den Teamleitern der Grünabteilung über die Veränderung von Lohn- zu Gehaltsempfänger*innen gesprochen. Es werden Ideen von den Teamleads abgeholt, wie die Ausgestaltung der neuen Arbeitsverträge aussehen kann. In Zusammenarbeit mit der Personalabteilung werden wir dann spätestens bis Mitte 2025 zur Umsetzung neuer Arbeitsverträge kommen bzw. herausstellen, ob und wie sinnvoll das ist.
 - 2. In den anderen Abteilungen Angleichung bis 12/2026: dazu gehören unterschiedliche Aspekte:
 - a. Analyse der Gehaltsstrukturen und Modelle in den Abteilungen (1. Quartal /2025)
 - b. Identifikation von Kriterien gemeinsam mit Führungskräften (2. Quartal /2025)
 - c. Resonanzrunde im Unternehmen (3. Quartal 2025)
 - d. Festlegen eines prozesshaften Vorhergehens mit Meilensteinen und Deadline (4. Quartal 2025)
 - e. Umsetzung (2026)

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit [30%]

Generell liegt die Wochenarbeitszeit bei 39 Stunden, jedoch gibt es zahlreiche Verträge, die von diesem Modell abweichen. Bereits beim Einstellungsprozess werden Wünsche für Arbeitszeiten erfragt und ein gemeinsamer Kompromiss gefunden. Die selbstorganisierte Bestimmung der Arbeitszeit ist Teil des Arbeitsalltags von Mitarbeitenden in der Verwaltung und im Management. Generell wird in den Abteilungen darauf geachtet, dass Mitarbeitende keine Überstunden aufbauen und für ausreichend Erholungszeiten sorgen.

Das Arbeitszeitkonto – insbesondere von Lohnempfänger*innen - gewährleistet, dass am Ende keine Überstunden oder auch Minusstunden "übrig" bleiben und wird als großer Mehrwert und gute Steuermöglichkeit gesehen, um darauf achten zu können, dass niemand zu viel arbeitet oder nicht ausgelastet ist. Insbesondere die Grünanlagenpflege und die Sonderreinigung können durch dieses Modell ihre Arbeitsstunden gut an intensive und weniger intensive Aufkommen koppeln.

Die Gebäudeservice Wodara GmbH bietet zahlreiche Stundenmodelle an, da wir – insbesondere in der Unterhaltsreinigung – zahlreiche Objekte haben, die in Teilzeit möglich sind. Wir achten bereits im Einstellungsgespräch darauf, welche zeitlichen Bedürfnisse bei den Bewerber*innen vorhanden sind, um eine gute Work-Life-Balance zu ermöglichen. Wir tun dies auch dort, wo es eine sehr hohe Komplexität an Planung bedeutet.

Außerdem wird die Flexibilität genutzt, um beispielsweise im Sommer bei mehr Licht und Hitze früher anzufangen oder vier Tage die Woche länger zu arbeiten, um am fünften Tag früher gehen zu können. Das gilt insbesondere für unsere Grünanlagenabteilung und die Sonderreinigung, die in der





Zeiteinteilung der Tätigkeiten nicht an Vorgaben gebunden sind. Diese Selbstorganisation von Arbeitszeit ist leider nur in der Verwaltung und in diesen Abteilungen möglich. In der Unterhaltsreinigung ist die Lage der Arbeitszeiten vorgeben und fällt in den Abend. Hier ist eine Flexibilisierung zunächst nicht möglich. Möglich ist – und das ist ein langfristiges Ziel der Gebäudeservice Wodara GmbH - bei den Kund*innen das Thema Tagesreinigung nachzufragen und mit ihnen gemeinsam eine mögliche Umsetzung zu besprechen. Tagesreinigung würde es vor allem Familien ermöglichen, Leben und Arbeit besser miteinander zu verbinden sowie die Wertschätzung und Sichtbarkeit für die Reinigungskräfte zu erhöhen.

Da mit der neuen Gesetzgebung eine Arbeitszeiterfassung Pflicht ist, bespricht der Gebäudeservice Wodara aktuell die Einführung einer elektronischen Arbeitszeiterfassung. In Zukunft werden wir hier über einen Digitalisierungsprozess auch die Möglichkeit haben, wichtige Zeitressourcen insbesondere bei den Führungskräften einzusparen und diese Kapazitäten stärker für strategische Fragen und Weiterbildungen nutzen zu können-

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

 Ein digitaler Arbeitszeitnachweis wurde in der Hausserviceabteilung eingeführt und den Prozess für weitere Abteilungen begonnen.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

bis Ende 2025 den digitalen Arbeitsnachweis in allen Abteilungen einführen.

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

Die wöchentliche Arbeitszeit beträgt in der Regel 39 Stunden pro Woche, mit 8 Stunden pro Tag. In den Abteilungen Grünanlage, Hausservice, Sonderreinigung und Verwaltung sind fast alle Mitarbeitenden in Vollzeit angestellt.

Das Unternehmen bietet unterschiedliche Arbeitszeitmodelle an, um Rücksicht auf die individuellen Bedürfnisse der Menschen zu nehmen. Wie in C2.2 erwähnt werden bereits im Einstellungsprozess die Wünsche erfragt und individuelle Lösungen gefunden. So wird beispielsweise Mitarbeitenden, die auf die Rente zugehen, eine Reduzierung der Stunden angeboten, ebenso wie Mitarbeitenden, deren familiäre Verpflichtungen eine 39-Stunden-Woche nicht zulassen. Bei weiten Arbeitswegen ist in der Verwaltung Home-Office eine gute Möglichkeit, Emissionen und Lebenszeit zu sparen, soweit dies eine Option ist.

Insbesondere in den Jahren der Covid-Pandemie ist anzumerken, dass Mitarbeitende in systemrelevanten Tätigkeiten (Reinigung von Bürogebäuden/ Kitas usw.) nicht ins Home-Office gehen konnten. Hier entstand eine Belastungssituation von Mitarbeitenden, die weiterhin trotz eigener Angst vor Ansteckung ihrer Tätigkeit nachgehen mussten. Die Gebäudeservice Wodara GmbH hat im Covid-Zeitraum keine Kurzzeitarbeit angemeldet, d.h. unsere Kolleg*innen haben voll weitergearbeitet.

Im Folgenden werden die von der 39-Stunden-Woche abweichenden Arbeitsmodelle aufgelistet, jeweils mit den Anzahlen der Mitarbeitenden, die ein solches Arbeitsverhältnis haben. Vor allem von Führungskräften werden diese vermehrt in Anspruch genommen.





Mögliche Arbeitsmodelle:

- Gleitzeit und Inanspruchnahme von Home-Office: 14 Mitarbeitende in der Verwaltung
- Teilzeitmodelle in allen Abteilungen
- Flexible Arbeitszeiten: Selbstständige Organisation der Arbeitszeiten-Verteilung im Team innerhalb der Abteilungen: in allen Abteilungen

Teilzeit	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
Anzahl von Mitarbeitenden in Teilzeit	57	64	70	80	67,75

Abbildung 31: Anzahl der Mitarbeitenden in Teilzeit

Generell lässt sich sagen, dass wir uns im Gespräch mit den Mitarbeitenden bemühen, Rücksicht auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu nehmen. Allerdings ist insbesondere mit Blick auf die Unterhaltsreinigung anzumerken, dass es logistisch herausfordernd ist, beispielsweise ein Objekt mit 8 Stunden Reinigung täglich zu splitten und daraus eine Teilzeitstelle zu machen. Teilzeit ist leicht möglich, wenn wir Objekte reinigen, die weniger als 8h täglich umfassen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Arbeitsverträge wurden überarbeitet. Sie wurden nochmal gekürzt, aktualisiert und auf alle Punkte im Tarifvertrag wird eingegangen. Der Arbeitsvertrag ist digital zu erstellen.

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

Es gibt seit 2020 in der Regel keine Befristung von Arbeitsverträgen mehr. Die Arbeitsverträge wurden überarbeitet und liegen nun in einer kürzeren und Arbeitnehmer*innen-freundlicheren Version vor. Eine Ausnahme bilden die ehemals langzeitarbeitslosen Menschen, deren Befristung der Gesetzesgeber vorgibt.

Die durchschnittlichen Indikatoren sehen für den Berichtszeitraum wie folgt aus:

- Gewinn: 57.657,48€

Mitarbeitenden-Anzahl
 Höchst- und Mindestverdienst
 211 (116 in Vollzeitäquivalenten)
 13,50 € - 30,81 € pro Stunde

Innerbetriebliche Spreizung 1:2,28
 Anzahl der Null-Stunden-Verträge 0
 Mindest- und Maximalvertragslaufzeit -

der Zeitarbeitenden

Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden) siehe Mitarbeitendenzahl

Anzahl der Zeitarbeitenden

Anzahl der Saisonarbeitenden
 Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen
 1 (für den Winterdienst)
 es gibt keine Befristung

Anteil von befristeten Arbeitsverträgen
 0 (außer gesetzlich vorgegeben)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

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





C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden [32%]

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit [40%]

In den Büroräumen steht den Mitarbeitenden jederzeit eine kleine Küche zur Verfügung. Dort gibt es Wasser, Kaffee sowie einen Obstkorb. Dieser kam im Berichtszeitraum aus dem Ökodorf Brodowin, welches wöchentlich das Unternehmen belieferte. Leider wurde das Angebot nicht ausreichend angenommen, so dass das Unternehmen den Obstkorb zum Beginn des Jahres 2023 wieder eingestellt hat. Mittwochs und donnerstags wird für die Mitarbeitenden in der Verwaltung regelmäßig ein gekochtes Mittagessen angeboten, bei dem auf die individuellen und gesundheitlichen Bedürfnisse aller Mitarbeitenden Rücksicht genommen und eine gesunde und ausgewogene Ernährung vorgelebt wird. Einer der Tage ist grundsätzlich vegetarisch und in den Sommermonaten kommen einzelne Komponenten aus dem Hofgarten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden wurde gefördert.
- Auf Firmenfeiern gibt es eine stetig wachsende Anzahl an vegetarischen und veganen
 Gerichten und die eingekauften Getränke waren mehrheitlich in Bio-Qualität.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- den Einkauf nach ethischen & ökologischen Kriterien prüfen. Bis Ende 4. Quartal 2024 gibt es hierzu einen Beschaffungskatalog, der den einkaufenden Mitarbeiter*innen eine Orientierung geben wird.
- alles, was für den Bürobetrieb (Kaffee, Wasser, Obst, Snacks, Getränke usw.) auf Firmenkosten gekauft wird, zu 100 % bio und fair einkaufen und vegane Alternativen zur Verfügung stellen.
 Die Umsetzung ist an den Beschaffungskatalog gekoppelt.
- den Mitarbeitenden im Büro mehr Getränke mit Belieferung zur Verfügung stellen.
- bis Ende 2024 eine Person benennen, die sich mit Herz und Leidenschaft um den Öko fairen Verwaltungseinkauf kümmert. Eine Schulung wird dafür durch das Unternehmen zur Verfügung gestellt. Dies sollte ebenfalls mit Einführung des Beschaffungskataloges einhergehen.
- bis Ende 2024 Spender mit Wasser, Getränken mit Geschmack, Kaffee, Sonnencreme & Hautcreme auf dem Gelände installieren und allen kostenfrei zur Verfügung stellen.
 Mitarbeitenden, die nicht aufs Gelände kommen, sollte qualitativ hochwertige & ökologische Sonnen- & Hautcreme in Tuben (etc.) zur Verfügung gestellt werden.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz [20%]

Es stehen den Mitarbeitenden ständig zwei kostenlose BVG-Karten zur Verfügung, um die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel zu fördern. Darüber hinaus wird, spätestens seit Einführung der Deutschlandcard, das Angebot an persönlichen Monatskarten sukzessive ausgeweitet. Zum Zeitpunkt des Verfassens dieses Berichtes waren bereits sieben solcher Karten vorhanden. Das Unternehmen hat sich 2022 bei einem Jobrad-Anbieter registriert und bietet somit Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich durch eine Lohnumwandlung sehr hochwertige Fahrräder anzuschaffen. Im Jahr 2022 haben sich sehr





schnell zwei Mitarbeitende registriert und sind umgestiegen. Nach einer kurzen Ruhephase haben sich nun sechs Menschen ein Jobrad zugelegt. Ein Geschäftsführer kommt zu 70 % mit dem Fahrrad, der andere zu 20 % und leben somit das Radfahren vor.

Bei Neueinstellungen und der Arbeitsplanung werden Wegstrecken zum potenziellen Arbeitsort mitgedacht. Im Rahmen der 2022 erstellten CO₂-Bilanz wurde ermittelt, mit welchen Verkehrsmitteln die Mitarbeitenden zur Arbeit anreisen. Dabei gab die Mehrheit der teilnehmenden Mitarbeitenden, nämlich 65%, an, mit dem Auto zur Arbeit anzureisen. Weitere ca. 17% gaben an, mit öffentlichen Verkehrsmitteln anzureisen, ca. 12% mit dem Fahrrad und ca. 7% zu Fuß. Diese Angaben bestätigten die Schätzungen aus dem letzten Berichtszeitraum. Mit zunehmenden Digitalisierungen werden auch die Möglichkeiten der Analyse der Fahrtwege steigen.

Bei den Abteilungsleitenden konnten fünf Fahrzeuge von Diesel/Benzin-betriebenen auf E-Mobilität umgestellt werden. Ein SUV konnte dadurch ebenfalls eingespart werden und die Anzahl sank somit von zwei auf eins. Die Geschäftsführung, bestehend aus zwei Personen, hat ein Kfz.



Abbildung 32: Eins der erworbenen E-Citkars für die Transformation des Fuhrparks

Mit der Anschaffung von zwei E-Lastenfahrrädern wollen wir unseren Mitarbeitenden aufzeigen, dass es andere Fortbewegungsmittel als das Auto gibt. Trotz des Angebotes der Lohnerhöhung bei aktiver Nutzung konnte von den Bestandskolleg*innen leider keine*r zum Umsteigen motiviert werden. Glücklicherweise haben wir zwei neue Kollegen gefunden, die ihr Gefährt wirklich sehr wertschätzen. Besonders für Menschen ohne Fahrerlaubnis bieten diese Fahrzeuge eine sehr ökologische Fortbewegungsmöglichkeit inklusive der Mitnahme von Materialien und Reinigungsgeräten.

Abschließend ist zu sagen, dass Dienstreisen, die keinen Transport von Gerätschaften oder anderen schweren Gegenständen beinhalten, mit der Deutschen Bahn stattfinden. Die Geschäftsführung geht hier mit gutem Beispiel voran.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Das Jobrad wurde aktiv beworben.
- Andere Fortbewegungsmöglichkeiten (Citkar) wurden vorgestellt.
- Duschmöglichkeiten stehen auf dem Firmengelände zur Verfügung.





- Ein Fahrsicherheitstraining, bei dem auch auf spritsparendes Fahren hingewiesen wurde, wurde durchgeführt.
- Überdachte Fahrradabstellplätze sind auf dem Firmengelände vorhanden.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- bis Ende 2025 die Nutzung des Jobrads ausweiten. Hierfür wird einerseits die Aufklärung durch das Unternehmen intensiviert und gleichzeitig geprüft, ob Mitarbeitende sinnvoll einen Dienstwagen gegen ein Jobrad tauschen können. Fünf neue Fahrräder sind ein gutes Ziel im Berichtszeitraum.
- dauerhaft Mitarbeitende motivieren, die Nutzung von Kfz & Transporter zu reduzieren.
- mindestens zwei weitere E-Lastenfahrräder anschaffen und sukzessive die Abhängigkeit und Kosten von Transportern entgegenwirken.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung [40%]

Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?

Im Bereich der Reinigung sehen wir uns als modern und experimentierfreudig an. Nur so können wir gewährleisten, "up to date" zu bleiben und die neusten Techniken auszuprobieren und in der Praxis zu erproben. Neben der Ausweitung des Angebotes der Reinigung mit Osmosewasser rückt die chemiefreie Grundreinigung immer mehr in den Fokus. Durch die Einführung der regelmäßigen GWÖ-Bilanz wurde der Aspekt der ökologischen Nachhaltigkeit zu einem sichtbaren Moment der Unternehmenskultur bei der Gebäudeservice



Abbildung 33: Fensterreinigung mit Reinwasser

Wodara GmbH. Mit dem Erfassen von Maßnahmen zur stetigen Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit wurde in den letzten Jahren konsequent daran gearbeitet, Ökologie und Ökonomie in Einklang zu bringen.

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











Abbildung 34: Ausschnitt aus Magazin Nr. 12/2019

Durch die Umstellung der Reinigungsmittel auf die eigene Dosieranlage sparen wir an sehr vielen Stellen Plastik, CO₂ für Lieferwege und Lagerkapazitäten ein. Durch die innovativen Reinigungsmittel der Firma Solution Glöckner sind wir in der Lage, immer auf die Ausgabe von Sicherheitsdatenblättern zu verzichten. Diese sind nur notwendig, wenn Gefahrenstoffe in den Reinigungsmitteln enthalten sind und diese sind größtenteils frei davon. Sogar die Einfärbung der Reinigungsmittel erfolgt mit Naturprodukten.

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

Ebenfalls wurde im Speziellen der Geschäftsführer Mario Wodara immer wieder als Vorbildrolle genannt, der zahlreiche Prozesse im Unternehmen vorantreibt, unter anderem ein Umdenken zu mehr Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein. Er versucht hier für die Mitarbeitenden mit gutem Beispiel voranzugehen und wird dabei tatkräftig von Unternehmensnachfolger Philipp Wodara unterstützt.

Strategie zur Veränderung des Ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden (auch im Privaten)

Generell wird insbesondere in den Abteilungsleitungs-Runden immer wieder über den Zusammenhang zwischen ökologischem Verhalten des Einzelnen und den strukturellen Veränderungen des Unternehmens zum Thema ökologische Nachhaltigkeit diskutiert und sensibilisiert. Das Verhalten und Bewusstsein von Menschen zu verändern ist jedoch ein langer Prozess und nicht losgelöst zu denken von Narrativen und gesellschaftlichen Diskursen zum Thema. Die Gebäudeservice Wodara GmbH versucht durch das Vorleben und das Gespräch Einfluss zu nehmen, ohne dogmatisch zu sein. In Zukunft werden weitere Maßnahmen in den Blick genommen, darunter ein Klimafrühstück, dass den Zusammenhang von ökologischem Verhalten und Auswirkung von Essverhalten ins Zentrum stellt. Auch als Teil des Netzwerks Gemeinwohl-Ökonomie Unternehmen haben wir uns für eine Schulung ausgesprochen, die sich mit dem privaten CO₂-Fußabdruck von Mitarbeitenden auseinandersetzt. Wir werden unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit geben, freiwillig daran teilzunehmen. Da Mitarbeitende in der Rolle der Arbeitskraft und nicht in der Rolle "Privatperson" bei uns beschäftigt sind, werden wir jedoch keinen Zwang im Privatbereich ausüben. Wir setzen darauf, dass die Anstöße in der Arbeitswelt auch Auswirkungen auf das private Handeln von Menschen haben.

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





Da Unternehmenspolitik in Bezug auf das ökologische Verhalten auch Teil des Leitbildes und der Werte des Unternehmens ist, sei an dieser Stelle auf die Umfrage während der Bilanzerstellung hingewiesen:

Wir fragten: "Kennst Du das Leitbild und die Werte des Unternehmens? (z.B. Qualität und Vertrauen, Gemeinwohlökonomie (GWÖ), also soziale und ökologische Nachhaltigkeit)"

Frage: Kennst Du das Leitbild und die Werte des Unternehmens? (z.B. Qualität und Vertrauen, Gemeinwohlökonomie (GWÖ), also soziale und ökologische Nachhaltigkeit)

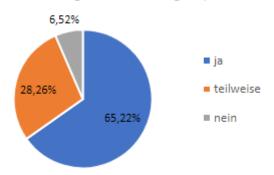


Abbildung 35: Antworten der Mitarbeitendenumfrage, Angaben in % aller Teilnehmenden

Die Mehrheit der Teilnehmenden (65,22%) gab an, das Leitbild und die Werte des Unternehmens (also Qualität und Vertrauen sowie Gemeinwohlökonomie/ soziale und ökologische Nachhaltigkeit) zu kennen und 28,26% gaben an, diese teilweise zu kennen. Nur 6,52% gaben an, das Leitbild und die Werte des Unternehmens nicht zu kennen. Die stetige Sensibilisierung und Information über IK-Up, die mit möglichst einfachen Beiträgen erklärt, was im Unternehmen wie und warum passiert, wird hier sichtbar. Wir können hier sicher auch noch über weitere Formate, z.B. den stärkeren Einsatz von Erklärvideos nachdenken.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Mülltrennung wurde verbessert.
- Die Wichtigkeit von Wasser wurde mehr in den Fokus gerückt.
- Im Intranet wird über ökologische Themen berichtet.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- bis Ende 2025 Reinigungsflaschen mit eigenem Etikett versehen und verstärkter auf die Weiternutzung hinweisen.
- bis Ende 2025 das Warensystem digitalisieren, um Verbrauch und Einkauf noch besser auf ökologische Dimensionen hin abprüfen zu können.

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

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





C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz [43%]

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz [30%]

Umgang mit Daten und Zugriffsmöglichkeiten

Die Gebäudeservice Wodara GmbH stellt Mitarbeitenden alle personenbezogenen Daten auf Anfrage zur Verfügung. Die Personalabteilung kann jederzeit angesprochen werden und stellt die Daten zur Verfügung.

Allgemeine Daten zum Unternehmen können der Bilanz entnommen werden, die auf der Webseite allen leicht zugänglich zur Verfügung steht.

Jede*r Mitarbeitende hat die Möglichkeit, sich an die Führungskräfte zu wenden, um Nachvollziehbarkeit von Löhnen, Stundenzetteln und Daten rund um den eigenen Arbeitsplatz einzusehen.

Eine Hürde zur Einsicht der Daten ist sicherlich der Mut, die jeweiligen Führungskräfte anzusprechen. Gleichzeitig bleibt zu hinterfragen, welche intellektuellen Voraussetzungen gegeben bzw. notwendig sind, beispielsweise Finanzbilanzen und die Auswirkungen zu verstehen. Im Rahmen der geplanten Veränderungen der zukünftigen Quartalsmeetings mit den Abteilungsleitenden werden wir uns die Frage stellen, wie diese Daten so aufzubereiten sind, dass Mitarbeitende sie gut verstehen können. Das Unternehmen möchte in Zukunft Mitarbeitende befähigen, die Auswirkungen von Fehlzeiten, Minderleistungen usw. auf den Umsatz/Gewinn zu verstehen und damit ein besseres Commitment für die Ziele der Abteilungen zu erreichen.

Darüber hinaus gibt es seit Oktober 2023 monatliche Teammeetings der Abteilungsleitenden und Verwaltung inklusive der studentischen Mitarbeitenden, um Transparenz über den aktuellen Stand in den Abteilungen und Arbeitsbereichen herzustellen. Dabei werden explizit die Entwicklung der Bereiche, Herausforderungen, Unterstützungsanforderungen usw. abgefragt. Auch die Geschäftsführung berichtet in diesem Meeting über eigene Themen, aktuelle Entwicklungen usw. Im Jahr 2024 wird das Quartalsmeeting dazu genutzt, über die aktuelle Finanzbilanz sowohl in den Abteilungen als auch des gesamten Unternehmens zu sprechen, um frühzeitig Herausforderungen zu erkennen und aktiv gegensteuern zu können.

Entscheidungen, die alle Mitarbeitenden betreffen, werden in einem IK-Up-Artikel zusammengefasst und sind so für Mitarbeitende auch in ihrer jeweiligen Landessprache verfügbar.

Kritisch lässt sich sicherlich beleuchten, dass die Kommunikationsflüsse zwischen Abteilungsleitenden und ihren Mitarbeitenden nicht permanent evaluiert werden und aktuelle Daten zum Unternehmen in der Regel aktiv angefragt werden müssen. Hier ist sicher ein Entwicklungsspielraum in der Frage, wie und ob bspw. Informationen über allgemeine Finanzkennzahlen eingeholt werden.

Mit Blick auf die öffentliche GWÖ-Bilanz stehen unseres Erachtens alle wesentlichen Daten zur Verfügung. Die Bilanz ist an unterschiedlichen Stellen im Unternehmen (Webseite/ interne Ordnerstruktur usw.) für alle Mitarbeitenden öffentlich zugänglich. Auch die Finanzkennzahlen sind für die Verwaltungskräfte/Führungskräfte vollständig einsehbar.

Darüber hinaus haben wir in unserer Buchhaltungs-Software Softclean die Möglichkeit für die Verwaltung, alle relevanten Daten auch zu Kund*innen (also Rechnungslegung, Kalkulation usw.) abzurufen und einzusehen. Eine Ausnahme bildet der Überblick über (geplante) Investitionen und deren Auswirkungen. Hier handelt es sich teilweise um hochsensible und komplexe Daten. Eine zukünftige Frage wird sein, wie sich die Relevanz solcher Daten für Mitarbeitende so zusammenfassen

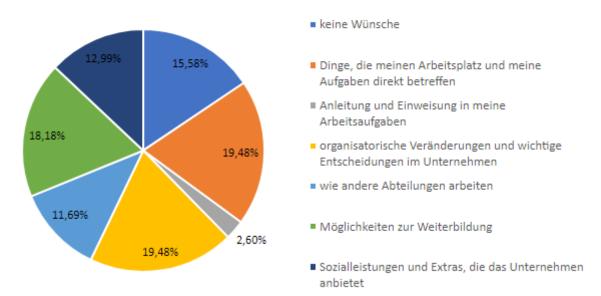




und kommunizieren lässt, dass es eine sinnvolle Bereicherung ist und zur Transparenz und Mitentscheidung beiträgt.

Mitarbeitendenumfrage während der Bilanzerstellung

Um ein Blitzlicht zu den Informationsbedürfnissen und damit auch zu einer wesentlichen Komponente von Transparenz und auch Mitentscheidung zu kommen, haben wir die Mitarbeitenden gefragt: "Wo wünscht Du Dir mehr Informationen? (mehrmaliges Beantworten war möglich)"



Frage: Wo wünscht Du Dir mehr Informationen? (mehrmaliges Beantworten möglich)

Abbildung 36: Antworten der Mitarbeitendenumfrage, Angaben in % aller Teilnehmenden

Die Informationsbedürfnisse der Teilnehmenden sind sehr verschieden. Während sich **15,58%** keine weiteren Informationen wünschen, wünschen sich **jeweils 19,48%** mehr Informationen zu Themen, die ihren unmittelbaren Arbeitsplatz betreffen sowie zu organisatorischen Veränderungen und wichtigen Entscheidungen im Unternehmen. Durch IK-Up versuchen wir, diesem Bedürfnis Rechnung zu tragen und legen sehr viel Wert darauf, dass Mitarbeitende das Instrument auch aktiv nutzen. Wir werden bei Neueinstellungen noch stärkeren Fokus darauf legen, dass IK-Up zu unserer DNA gehört und genutzt werden soll. Auch das ist ein Prozess, aber die Akzeptanz des Tools erhöht sich.

Auch wünschen sich einige Teilnehmenden mehr Informationen zu Möglichkeiten zur Weiterbildung (18,18%), Informationen zu Sozialleistungen und Extras, die das Unternehmen anbietet (12,99%) sowie Informationen dazu, wie andere Abteilungen arbeiten (11,69%). Weitere selbstgewählte Antworten waren mehr gewünschtes direktes Feedback und "Ideen, wie man etwas besser machen kann". Hier wird unterstützend eine Personalentwicklung helfen, die Bedürfnisse stärker abfragt und gleichzeitig gilt es herauszufinden, ob es sich um arbeitsplatzbezogene Schulungen handelt oder andere Weiterbildungsangebote.

Der Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten wird auf 80% geschätzt.

Im Berichtszeitraum wurde teilweise umgesetzt:

 Finanzielle Daten wurden für die Verwaltungsmitarbeitenden aufbereitet und veröffentlicht, um mehr Transparenz und Nachvollziehbarkeit zu schaffen. Einmal im Jahr werden die Zahlen im Quartalsmeeting gezeigt und theoretisch sind die Zahlen auf dem internen Laufwerk





sichtbar für alle Mitarbeitenden der Verwaltung sowie in der öffentlich zugänglichen GWÖ-Bilanz über rückwirkende Jahre für alle Mitarbeitenden.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- Ende 2026 finanzielle Daten zielgruppengerecht aufbereiten und regelmäßig veröffentlichen, um mehr Transparenz und Nachvollziehbarkeit zu schaffen.
- Kennzahlen definieren, die für die Belegschaft relevant sind und über die proaktiv berichtet werden kann.
- ab Ende 2026 monatliche Transparenzberichte zu bestimmten Kennzahlen auf IK-Up veröffentlichen.
- gegebenenfalls eine neue Ordnerstruktur mit speziellem Freigabemanagement für einen leichteren Zugriff einführen.

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte [30%]

Im Jahr 2022 hat die Geschäftsführung entschieden, dass ein Unternehmen dieser Größe langfristig nicht allein zu führen sein wird. Also wurde ein Suchprozess gestartet. Die Geschäftsführung führte dabei verschiedene Interviews mit Personen, die ihnen geeignet erschienen und trafen so eine Vorauswahl. Irgendwann kristallisierte sich ein Favorit heraus. Der Mensch kannte die Software, Branche, das Unternehmen (in der Vergangenheit drei Jahre hier gearbeitet und an seinen Schwächen gearbeitet). Für das Team Geschäftsführung war die Entscheidung nach zwei Interviewgesprächen

getroffen und eindeutig klar. Der Kandidat wurde im Team vorgestellt und es wurde ein systemisches Konsensieren mit allen Verwaltungsmitarbeitenden durchgeführt. Im Vorfeld gab es viele Informationen, die Möglichkeit zu Einzeltreffen und Gruppeninterview mit insgesamt 13 Personen. Am Ende ist der Mensch demokratisch an der Widerstandsquote im Konsensieren gescheitert. Die letzte Kandidatin Madlen Sanchiño Martínez wurde dann Abbildung 37: Madlen Sanchiño Martínez mit Philipp Wodara im Konsensverfahren eingestellt.



Die Kollegen (waren zu dem Zeitpunkt alle männlich gelesen) in der Sonderreinigungsabteilung waren im Berichtszeitraum mit der Situation konfrontiert, dass der langjährige Abteilungsleiter seinen wohlverdienten Ruhestand in Aussicht hatte. In einer Teamsitzung mit allen Teammitgliedern konnten sich die einzelnen Personen selbst auf die Wahlliste zum Abteilungsleidenden setzen lassen und haben dann gemeinsam ihre zukünftige Leitung und stellvertretende Leitung abgestimmt. Vorarbeiter*innen kommen in der Regel auch aus den Teams selbst. Hier stehen Berufserfahrungen und Kompetenzen im Zentrum. Die Objektleitungen in der Unterhaltsreinigung wurden im Jahr 2023 teilweise extern besetzt. Wir achten darauf, dass Entwicklungspfade intern besetzt und möglich gemacht werden, wenn die Kompetenzen im Unternehmen vorhanden sind bzw. gefördert werden können. Bei einer dieser Stellen war das leider nicht der Fall.





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

Im Berichtszeitraum wurden in der Verwaltung und in Teilen der Abteilungen Jahresgespräche geführt. Die Jahresgespräche dienten dazu, nach Wünschen und Bedürfnissen von Mitarbeitenden zu fragen und abzugleichen, wo daraus Veränderungen abgeleitet werden können.

Aktuell gibt es noch kein einheitliches System bzw. konkret evaluierte Maßnahmen, anhand derer eine Verbesserung der kritischen Rückmeldungen ablesbar wäre. Auch hier sind eine konsequentere Erfassung und Evaluation von Daten hilfreich. Leider ist das aufgrund der Personaldecke und anderer Aufgaben immer wieder eine Herausforderung.

Indikator:

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Gespräch/Mitgestaltung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden im Berichtszeitraum legitimiert wurden: 3

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

 Es wurden drei Positionen für Führungskräfte (GF & Abt. Leitung) demokratisch durch die Abteilungsleitenden und die Verwaltungsmitarbeitenden abgestimmt.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- bis Ende 2025 ein Feedback-System für Mitarbeitende zu ihren direkten Führungskräften entwickeln. Fragen auf Validität prüfen und sicherstellen, dass die Abfrage anonym ist und uns gleichzeitig die Möglichkeit bietet, klare Maßnahmen abzuleiten.
- 2026 dieses Feedback-System implementieren.
- zukünftige Führungskräfte weiterhin demokratisch legitimieren und eine breite Meinung einholen und zulassen.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden [70%]

Mitwirkung bei Entscheidungen durch Mitarbeitende

Grundsätzlich können vor allem Führungskräfte und Mitarbeitende der Verwaltung bei strategischen und operativen Entscheidungen konsequent mitwirken. In den Teammeetings werden immer wieder Resonanzen zu Ideen der Führungskräfte selbst und der Geschäftsleitung abgefragt. Diese fließen in Entscheidungsvorlagen ein, die dann mit einer Widerstandsabfrage entschieden werden. Auch in den Abteilungen werden Mitarbeitende befragt und Ideen berücksichtigt und eingebunden.

Darüber hinaus nutzt die Gebäudeservice Wodara GmbH IK-Up dazu, Mitarbeitenden-Meinungen in Umfragen einzuholen und diese in die Prozesse einfließen zu lassen.

Auf der Ebene von Mitbestimmung bei der Personaleinstellung gibt es bei uns das Motto: Mitarbeitende werben Mitarbeitende. Dies wurde in einem Gespräch treffend als schöner "Ansporn für Mitarbeitende, mitzudenken, wo noch jemand fehlt" genannt. Gleichzeitig haben Mitarbeitende ein gutes Gefühl, wer zum Unternehmen passt. Dies sollte wieder bekannter gemacht werden, da es nicht mehr allen präsent zu sein schien.





Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?

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

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

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

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

Als zentrale und Erkenntnis der letzten Jahre lässt sich festhalten: Erfahrung Mitbestimmung/Mitentscheidung braucht klare Kriterien einerseits und Information und Wissen andererseits. Ein häufiger Satz: "Ihr (Geschäftsführungs-Team) müsst das entscheiden" und "dieses ganze demokratische ist anstrengend und zeitintensiv/lasst mich mit diesem Demokratiemist in Ruhe" bringen es gut auf den Punkt. Einerseits muss in Zukunft stärker geklärt werden, welche Entscheidungen wo getroffen werden müssen und welche Voraussetzungen es braucht, um eine gute Entscheidung treffen zu können. Das impliziert die Einführung eines Entscheidungsmodells. In solch einem Modell sollte beispielsweise festgelegt werden: In welchem Rahmen entscheidet wer was? Was sind die Kriterien anhand derer wir Entscheidungen treffen? Wie finden Verbindungen zwischen operativ und strategisch statt? Wie können wir Mitarbeitende befähigen, gute Entscheidungen im Rahmen der Kriterien zu treffen usw.? Wir sind uns sicher, dass auch hier Verhaltens- und Gewohnheitsveränderung im Fokus stehen und sind auf einen längeren Prozess eingestellt, von dem wir heute noch nicht sagen können, wann es zu voller Zufriedenheit erreicht sein wird. In jedem Fall setzt hier auch die zukünftige Personalentwicklungsstrategie an, die dann die notwendigen Kompetenzen bei Mitarbeitenden mit in den Fokus nehmen wird.

Eine Neuauflage des Leitbildes bzw. eines Leitbildprozesses kann helfen, gemeinsame Werte nicht nur festzulegen, sondern den Prozess auch mit der Frage zu verschränken: Was verstehen wir eigentlich im konkreten Alltagshandeln am Arbeitsplatz darunter und was ist notwendig, damit wir diese Werte gut leben können? Auch eine Fortbildung für Führungskräfte, die diese in ihrer Vorbildrolle stärkt, könnte angedacht werden. Dies scheint besonders wichtig angesichts des anstehenden Generationenwechsels. Mit dem Firmentag im September 2022 sind wir in diese Richtung einen guten Schritt gegangen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Mitarbeitende wurden bei einem Großteil der operativen Entscheidungen angehört.
- Über Neueinstellungen bei der Nachbesetzung von Führungskräften wurde demokratisch entschieden.





 Es wurde wieder verbreitet, dass Mitarbeitende neue Mitarbeitende werben können. Wir haben den Prozess etwas verändert und die Prämie für Mitarbeitende auf 300,00 Euro erhöht. Dazu wurden die Mitarbeitenden in IK-Up informiert.

Was konnte nicht gänzlich oder nicht erreicht werden:

- Die Gedanken von Laloux umsetzen: Die Ideen von Laloux brauchen nicht nur klare strukturelle Elemente in einem Unternehmen, sondern auch eine langfristige Verhaltensänderung von Mitarbeitenden. Einfach mal "Mitbestimmung" einführen, geht eben so einfach nicht, sondern braucht einen klaren Prozess. Insofern ist das Unternehmen immer noch der Idee verpflichtet und wird in den nächsten Jahren schauen, was davon wie umgesetzt werden kann und was es dafür braucht. Die Erfahrungen, beispielsweise das demokratische Abstimmen über Führungskräfte und der Firmentag im September 2022 waren erste Schritte in die Richtung. Die Erfahrungen aus diesem Kapitel haben aber eben auch gezeigt, dass es noch ein weiter Weg ist.
- Eigenständigkeit und Selbstverantwortung fördern: Auch hier besteht weiterhin ein Bedarf an Klarheit zu Rahmenkriterien von Entscheidungen, Klarheiten über die Rollen im Unternehmen, Bedarf an Kompetenzen usw. Mit der Überarbeitung unseres Handbuchs Ende 2024 gehen wir einen weiteren Schritt in diese Richtung.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- Ende 2025 Klarheit über Entscheidungsprozesse, Rollen- und Rollenkompetenzen, um damit Eigenständigkeit und Selbstverantwortung zu fördern.
- Ende 2024 wieder verbreiten, dass Mitarbeitende neue Mitarbeitende werben k\u00f6nnen. Dabei werden die Konditionen klar kommuniziert.
- noch mehr Mitarbeitende vom Beitritt zu und Nutzung von IK-Up überzeugen und dadurch noch mehr Mitentscheidung ermöglichen.

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

In der Gebäudeservice Wodara GmbH gibt es keinen Betriebsrat, da bisher keiner gegründet wurde. In den Gesprächen wurde jedoch versichert, dass es gleichwertige Mitbestimmungsrechte für die Mitarbeitenden gebe.





D Kund*innen [32%]

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

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

Wert	Menschenwürde	Solidarität und	Ökologische	Transparenz und	
Berührungsgruppe	Menschenwurde	Gerechtigkeit	Nachhaltigkeit	Mitentscheidung	
A Lieferant*innen	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	
B Eigentümer*innen und Finanz- partner*innen	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investition und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung	
C Mitarbeitende	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	
D Kund*innen	D1 Ethische Kund*innen- Beziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	D3 Ökologische Auswir- kung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4 Kund*innen- Mitwirkung und Produkttransparenz	
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	

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen [35%]

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen [30%]

In der nachfolgenden Grafik sind die Werbeausgaben dargestellt:





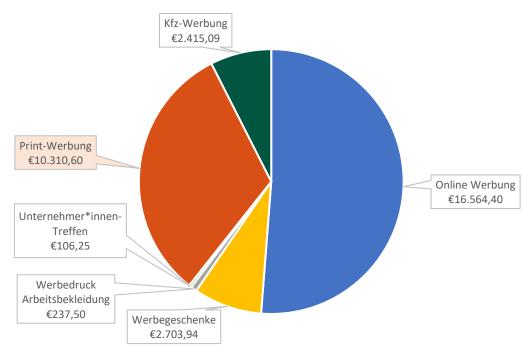


Abbildung 38: Aufgeschlüsselte Werbeausgaben (jährlicher Durchschnitt)

Im Bereich des größten Postens haben die Online-Werbemaßnahmen die Printausgaben abgelöst. Dies liegt zum einen daran, dass die Häufigkeit der Veröffentlichung des Magazins runtergefahren wurde und zum anderen besonders in den Abteilungen Industrieklettern & Schädlingsbekämpfung die Ausgaben für Online-Marketing deutlich hochgefahren wurden.

Werbung und Verkaufsprozess

Klassische Verkaufs-Werbung findet bei der Gebäudeservice Wodara GmbH nur in sehr geringem Maße statt, wobei die Maßnahmen überwiegend informativ und stets authentisch sind. So wird das Magazin, in dem informative Beiträge dominieren, nur an Bestands-Kund*innen verschickt, damit diese beispielsweise sehen können, wer im Unternehmen arbeitet oder welche neuen Maßnahmen durchgeführt wurden. In mehreren vom Unternehmen bezahlten Zeitungsartikeln ging es stets um die Beschäftigung mit der Gemeinwohl-Ökonomie statt um die angebotenen Produkte oder Dienstleistungen. Herauszuheben hierbei sind die Veröffentlichung einer Doppelseite in einem sehr hochwertigen Architekturbuch, ein langes Interview im "Neues Deutschland" sowie eine Präsentation im IHK-Magazin Berliner Wirtschaft mit angedocktem Podcast. Hinzu kommen weitere Veröffentlichungen in regionalen Zeitungen.

Das Unternehmen greift bei Werbemaßnahmen auf die eigenen Kernkompetenzen zurück. Das Weihnachten 2019 erstellte Heft mit Tipps zur ökologischen Reinigung hat im Jahr 2023 ein Update erfahren. Es ist nun in gendergerechter Sprache verfasst und eine Doppelseite zur GWÖ wurde mit aufgenommen. Das Heft wird weiter fleißig an Kund*innen, Mitarbeitenden und auf Messen verteilt. Außerdem gibt es keine Prämien für Kund*innen-Werbungen oder den Abschluss von Verträgen, sodass kein "Verkaufsdruck" auf den Mitarbeitenden liegt.

Bei Anfragen mit sehr hohen Reinigungszyklen (z.B. 2 x im Jahr eine Grundreinigung oder 4 x im Jahr Glasreinigung) gehen wir aktiv in die Kommunikation mit den Kund*innen und weisen sie daraufhin, dass sie an dieser Stelle durch das Optimieren von Reinigungszyklen den Geldbeutel und die Umwelt schonen können.

Bei den wenig eingesetzten Werbemitteln wird darauf geachtet, dass diese langlebig sind und am besten einen mehrfachen Nutzen haben und nicht als billig-Wegwerfartikel angesehen werden.







Abbildung 39: Beispielhafte Seiten aus dem Reinigungstipps-Heft

Gewinnung von Neu-Kund*innen

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

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

Es gibt keinen niedergeschriebenen Ausschlusskatalog für Kund*innen. Durch die Beschäftigung mit der Gemeinwohl-Ökonomie und dem sehr sozialen Vorleben der Geschäftsführung ist es allen vollkommen klar, dass sich bekanntlich Interessent*innen aus dem "rechten Milieu" nur Absagen einholen. Auch die Waffen- und Kohleindustrie braucht nicht anzufragen. Im konkreten haben wir im





4. Quartal 2023 die Anfrage von einem Verlagshaus aus dem rechten Spektrum abgelehnt. Der verantwortliche Mitarbeiter hat sofort gespürt, dass dieser Verlag nicht mit den hiesigen Werten kompatibel ist. Um sicher zu gehen, hat er sich an die Geschäftsführung gewandt und dann wurde gemeinsam entschieden, dass wir dort kein Angebot abgeben werden.

In unserem Verwaltungs- und Abteilungsleitungsteam bekommt niemand Provisionszahlungen für verkaufte Aufträge & Dienstleistungen. Umsatzvorgaben gibt es bei uns nicht. Jede Abteilung soll eine schwarze Zahl schreiben. Mit welchem Umsatz ist egal. Es gab Abteilungsleitende, die sich ein wenig in ihrem Umsatz konkurriert haben, aber das ist nicht mehr so ausgeprägt. Durch den neuen Gehaltskatalog mit Umsatzkennzahlen kann sich das ändern. Ziel ist es hier aber nicht den Umsatz hochzufahren, sondern der Verantwortung gegenüber den ausführenden Mitarbeitenden gerecht zu werden. Mehr Umsatz = mehr Mitarbeitende, die zu betreuen sind.

Betreuung von Kund*innen

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

In den Gesprächen wurde eine große Wertschätzung für die Kund*innen deutlich. "Wenn der Kunde zufrieden ist, ist man dann auch selber zufrieden."

Kund*innen haben auch jederzeit die Gelegenheit, sich an die Geschäftsführung zu wenden und bekommen dann jederzeit auch einen kurzfristigen Termin. In der Regel wird davon aber eher Gebrauch gemacht, wenn mal etwas nicht so gut läuft. Bisher konnten im Dialog dann immer gute Lösungen gefunden werden und die Geschäftsbeziehungen haben sich dadurch stets verbessert.

In den Jahren 2021 & 2023 gab es eine Erhöhung des tariflichen Stundenlohns. Somit mussten im Oktober 2021 die Preise um 12,5 % angehoben werden. Alle Kund*innen wurden darüber schriftlich informiert und ein Angebot zum Austausch angeboten. Von diesen wurde nur sehr wenig Gebrauch gemacht und alle Kund*innen haben die Preiserhöhung akzeptiert. Mit den zehn größten Kund*innen wurde persönlich gesprochen und nach gemeinsamen Lösungen und Optimierung gesucht.

Auf unserer Webseite haben wir einen Online-Fragebogen zur Qualitätserfassung eingerichtet. Mit Herrn Böhm hat einer unserer erfahrensten Mitarbeiter damit begonnen, sehr viele Objekte nach der aktuellen Reinigungsqualität zu bewerten. Deutlich verbesserungswürdig ist die Information an die Kund*innen. Hier haben wir im nächsten Berichtszeitraum viel Luft. Im Bereich der Unterhaltsreinigung und insbesondere bei den Kindertagesstätten gibt es monatliche Feedback-Bögen mit einem Noten-Bewertungssystem. So kann schnell auf mangelhafte Ausführungen reagiert werden. Unsere Google-Bewertung liegt bei 4,8 von 5 Sternen und zeigt unseren hohen Qualitätsstandard auf. Alle Kund*innen wissen, dass sie sich im Fall der Fälle auch an die Geschäftsführung wenden können. Das passiert meist nur, wenn es wirklich notwendig ist und dann erfolgt eine sehr schnelle Reaktion und prompte Lösung des Problems.

Kund*innen haben keine Knebelverträge. Die Kündigung ist meistens innerhalb von drei Monaten möglich. Sollte es nicht geschafft worden sein, Kund*innen mit unserer Dienstleistung zufrieden zu stellen, dann verzichten wir im Fall der Fälle auch auf die Kündigungsfrist und geben den Kund*innen auch vorher die Möglichkeit, sich ein anderes Unternehmen zu suchen oder zu einem von uns empfohlenen Unternehmen zu wechseln.

Generell ist zu erwähnen, dass durch den immensen Fachkräftemangel ein erheblicher Wandel in der Arbeitswelt in Gang gekommen ist. Kund*innen sind immer noch die Maxime unseres Wirkens. Sie bezahlen den Lohn und sie haben die Objekte, in denen wir durch unsere Werterhaltung unseren





Dienst leisten können. In Zeiten, wo es jedoch schwieriger geworden ist, geeignete Mitarbeitende zu finden, verlagern sich die Werbemaßnahmen immer mehr in diese Richtung.

Umgang mit Kund*innen-Wünschen

In allen Gesprächen wurde auf die ein oder andere Weise geäußert, dass grundsätzlich auf alle Wünsche eingegangen werde. Besonders zu erwähnen ist hier die Abteilung Grünanlagenpflege. Diese nimmt regelmäßig an Anlieger*innen-Sitzungen teil, auf denen beidseitig Kritik und Wünsche geäußert werden können. Grundsätzlich ist zu erwähnen, dass unsere Arbeit ohne die Berücksichtigung von Kund*innenwünschen gar nicht umzusetzen ist. Bei der Erstbegehung werden alle Wünsche aufgenommen und daraufhin ein Angebot und Leistungsverzeichnis erstellt. Sollten im Nachgang weitere Wünsche hinzukommen, wird das Leistungsverzeichnis und die Rechnungssumme angepasst. Kleinere Wünsche werden nach Möglichkeit auch einfach so von unseren engagierten Mitarbeitenden ausgeführt und umgesetzt.

Umgang mit Reklamationen

Bei Reklamationen wird laut dem für alle einsehbaren Organisationsablaufplan innerhalb von 24 Stunden reagiert. Es wird entweder nachgebessert oder die Leistung zurückerstattet. Reklamationen werden nicht als etwas grundsätzliches Schlechtes angesehen. So wies ein Abteilungsleitender im Gespräch darauf hin, dass "eine Reklamation auch was Positives sein [könne], da z.B. auch eine Vertragserweiterung daraus entstehen [könne]". Die Ablauforganisation und das dazugehörige Handbuch sind ein wenig in die Jahre gekommen. Im nächsten Berichtszeitraum ist aus diesem Grund eine zwingend notwendige Anpassung geplant.



Abbildung 40: Organisationsablaufplan in den Büroräumen

Kund*innen-Nutzen vor Umsatzstreben

Die Preise werden stets sehr Kund*innen-freundlich kalkuliert. Auch werden Mitbewerber*innen empfohlen, wenn diese die gewünschte Leistung auf Grund von mehr zeitlichen Kapazitäten erfüllen können.

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





einer Grundreinigung ist, abgeraten, wenn dies noch nicht nötig ist, auch wenn das weniger Umsatz bedeutet. In D3 wird auf diesen Aspekt näher eingegangen.

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

Aktuell gibt es noch keine Budgetierung und wir setzen unseren Fokus auf die großen Ausgabepunkte. Im Jahr 2023 haben wir 63.743,86 € für Werbe- und Reisekosten ausgegeben. Damit liegen die Kosten für Werbemittel bei unter 1 % vom Umsatz. Hier sind auch alle Druckerzeugnisse und Kosten für die Webseite inkludiert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Neue Kund*innen wurden vor allem durch Mund-zu-Mund-Propaganda gewonnen.
- Werbung fand nur in geringem Maße statt, wobei die Maßnahmen überwiegend informativ und stets authentisch waren.
- Das gewünschte Online-Marketing für Industrieklettern & Schädling wurde verbessert.
- Auf alle Google-Bewertungen wurde schnellstmöglich und umfangreich geantwortet.
- Ein eigener Online-Fragebogen zur Qualitätserfassung wurde ins Leben gerufen.
- Es wurde darauf Wert gelegt, die Wünsche der Kund*innen zu erfüllen und bei der Beratung und Angebotserstellung deren Bedürfnisse im Blick zu haben.
- Mit Philipp Wodara hat sich eine Person gefunden, die für das Marketing hauptverantwortlich ist.
- Durch die wieder stattfindenden Team-Sitzungen wurde der Punkt "Cross-Selling" verbessert.
- Ethisch und stets wertschätzende Kommunikation mit den Kund*innen.
- Ansprechpersonen f
 ür die Kund*innen sind klar bekannt.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- noch schneller auf Anfragen und Reklamationen reagieren.
- einen Ethikrichtlinienkatalog für die Kund*innen-Gewinnung & -pflege konsensieren und verabschieden.
- ein Marketing-Budget festlegen.
- das Online-Marketing gezielter einsetzen und intensiver auswerten.
- das "Cross-Selling" verstärken. Die Abteilungen werden sich gegenseitig Aufträge verschaffen, da das Unternehmen nahezu alle Dienstleistungen rund um ein Gebäude anbieten kann. Bei Weitervermittlung wird konsequent der Kund*innen-Kontakt gehalten.

D1.2 Barrierefreiheit [40%]

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





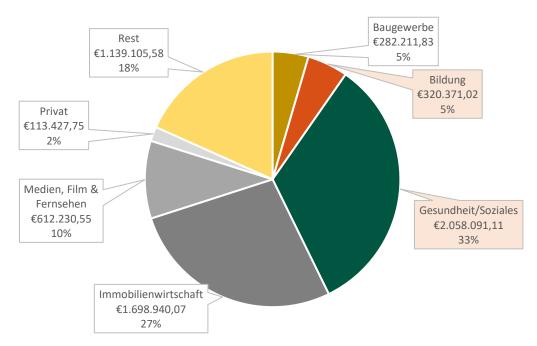


Abbildung 41: Kund*innen nach Branchen aufgeschlüsselt

Diese sind fast ausschließlich sogenannte "benachteiligte Kund*innen-Gruppen" nach Definition der Gemeinwohl-Ökonomie. Im Detail sind dies zahlreiche Kitas, das Hospiz, die Lebenshilfe, das Kinderhaus. Hier herrscht auch ein Bewusstsein für deren geringere Zahlungsmöglichkeiten, was bei der Angebotserstellung berücksichtigt wird. Auch über die reine Geschäftstätigkeit hinaus wird sich engagiert. Der Geschäftsführer Mario Wodara sagte hierzu: "Bei einem Immobilien-Unternehmen, wenn es fragt, ob wir was Gutes für sie tun können, würde ich länger zögern. Bei Kitas ist das anders: Wenn ich da was zu neuem Spielzeug dazu gebe, ist das zweifelsfrei gut angelegt."

Ein Blick auf die einzelnen Kund*innen mit über 100.000 € Umsatz bekräftigt das Engagement des Unternehmens für "benachteiligte" Kund*innengruppen.

Kund*in anonymisiert, nur Rechtsform angegeben	Branche	Umsatz
Gemeinnützige GmbH	Sozialwesen	677.709,47 €
GmbH	Medien	422.504,79 €
Eingetragener Verein	Sozialwesen	361.128,18 €
GmbH	Immobilienwirtschaft	301.910,01 €
Gemeinnützige GmbH	Sozialwesen	260.614,26 €
GmbH	Produktion	213.580,21 €
Gemeinnützige GmbH	Sozialwesen	209.556,88 €
Eingetragener Verein	Bildungswesen	175.207,39 €
Verband	Sozialwesen	119.095,55 €
Eingetragener Verein	Sozialwesen	103.846,50€

Abbildung 42: Kund*innen mit über 100.000€ Umsatzbeteiligung, aufgeschlüsselt nach Rechtsform und Branchen





Ein Blick auf die Tabelle zeigt, dass die zehn größten Kund*innen zu einem Durchschnitts-Umsatz von 2.845.153 € (46,5 %) beigetragen haben. Die Kund*innen mit einer eher gemeinwohlorientierten Rechtsform erzielen dabei fast ein Drittel (31,2 %) des Gesamtumsatzes. Insgesamt wird die Tabelle von den Branchen Bildung und Gesundheit/Soziales dominiert. Hier liegt eindeutig eine Stärke des Unternehmens, was den Beitrag zum Gemeinwohl betrifft.

292 Kund*innen befinden sich in der Kategorie Umsatz kleiner als 1.000 €. Zum größten Teil sind das Kund*innen aus dem Bereich des Winterdienstes.

546 Kund*innen haben einen Jahresumsatz, der unter 10.000 liegt.

Die Preisgestaltung unterscheidet sich nicht anhand der Größe eines Interessenten. Wenn es Preisunterschiede gibt, setzen sich diese vor allem durch eine häufigere Anfahrt oder zumindest durch einen stärkeren Anteil der Anfahrtskosten im Vergleich zur Angebotssumme zusammen. Eine soziale Staffelung kann es leider nicht geben. Die Wodara Gebäudeservice GmbH befindet sich hauptsächlich im Niedriglohnsektor und hat selbst leider nur eine sehr geringe Gewinnmarge, die es aktuell nicht möglich macht, an anderen Stellen Nachlässe zu geben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die Branchen Gesundheit/Soziales und Bildung machten rund ein Drittel der Kund*innen aus. Das Unternehmen berücksichtigte deren geringere Zahlungsmöglichkeiten bei der Angebotserstellung.
- Weiterhin dürfen sehr gerne auch kleinere Unternehmen Anfragen und die Reinigung ihrer Räumlichkeiten durch uns durchführen lassen.

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

Es wurden weder im Berichtszeitraum noch darüber hinaus unethische Kampagnen geschaltet.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen [35%]

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen [50%]

Um Kund*innen-Wünsche zu erfüllen, wird häufig mit Unternehmen der gleichen Branche kooperiert. So wird sich gegenseitig ausgeholfen, wenn z.B. eine sehr fachspezifische Dienstleistung gefragt ist, krankheitsbedingte Ausfälle auftreten oder ein Auftrag von außerordentlich großem Umfang ist. Kleinere Aufträge werden auch komplett an Mitbewerber*innen weitergegeben. Auch das zur Verfügung stellen von Fahrzeugen erfolgt durch uns. In den von uns betreuten Objekten wird den Nachunternehmen das Reinigungsmittel zur Verfügung gestellt und oftmals auch ins Objekt geliefert.

Besonders erwähnenswert ist die wachsende Kooperation mit dem Berliner Reinigungsunternehmen Klara Grün. Die ersten Kooperationsgespräche haben im Jahr 2023 stattgefunden und bereits da ergaben sich viele Themen, bei denen eine engere Zusammenarbeit, die weit über die reine Auftragsweitergabe hinaus gingen, angestrebt wird. So gibt es Kooperationsüberlegungen in der Weitergabe von Mitarbeitenden, einem gemeinsamen Waschen sowie dem Ausliefern von Materialien.







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

Der Fachverband für alle, die sich gewerblich mit dem Einsatz von Seilen zum Arbeiten und Retten befassen. Wir bieten umfassende Informationen zu professionellen Seilzugangs- und Positionierungstechniken (SZP), von den Sicherheitsrichtlinien über die Ausbildung bis hin zur Prüfungsordnung für Höhenarbeiter*innen.





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

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

Das Netzwerk Gemeinwohl-Ökonomie Unternehmen stärkt die Kooperation gemeinwohl-bilanzierender Unternehmen in Berlin-Brandenburg und initiiert Erfahrungsaustausche und Entwicklungsprojekte zur Stärkung der Gemeinwohl-Orientierung.



In Bezug auf die verpflichtenden Indikatoren in diesem Bereich werden folgende Zahlen geschätzt: Der investierte Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens wird als sehr gering eingeschätzt, maximal ein Prozent. Bei der Frage, wie viel Prozent von Zeit/Umsatz durch Kooperationen mit Unternehmen der gleichen Branche, Zielgruppe oder Region erzielt werden, ist der Anteil ohne Nachunternehmen ebenfalls gering bei maximal einem Prozent. Schließt man die Nachunternehmen jedoch ein, läge diese Zahl geschätzt bei ca. zehn Prozent.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Zur Erfüllung von Kund*innen-Wünschen wurde häufig mit Unternehmen der gleichen Branche kooperiert.
- Aufträge wurden auch komplett an Mitbewerber*innen weitergegeben.
- Wissen und Informationen wurden vor allem über die Gebäudereiniger*innen-Innung weitergegeben.
- Das Unternehmen ist Mitglied im Qualitätsverbund Gebäudedienste.





- Das Unternehmen hat sich für eine authentische Darstellung des Berufs der*s Gebäudereiniger*in eingesetzt.
- Das Unternehmen ist Unterzeichner der Charta der Vielfalt.
- Das Unternehmen ist Mitglied des Marzahn-Hellersdorfer Wirtschaftskreises.
- Das Unternehmen ist Mitglied des Netzwerks Gemeinwohl-Ökonomie Unternehmen in Berlin-Brandenburg e.V.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- eine Liste der zu empfehlenden Unternehmen erstellen, wenn die Leistung nicht selbst abgedeckt werden kann.
- Kooperationen auf ein neues Level heben. Insbesondere mit Klara Grün und eventuell noch weiteren Unternehmen.

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen [20%]

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

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

In Bezug auf den im Arbeitsbuch genannten Verifizierungsindikator fällt es an dieser Stelle schwer, wie wir unsere Angestellten an andere Branchen geben sollen? Andere Reinigungsunternehmen und auch Kund*innen haben immer die Chance nach unseren Arbeitskräften zu fragen. Wenn solidarisch lediglich bedeutet, dass es dafür keinen Geldfluss gab, dann haben wir an dieser Stelle nicht solidarisch gehandelt. Wir nutzen aber die Notsituation von Mitunternehmen und Kund*innen nicht aus und stellen in Notsituationen teilweise auch niedrige Beträge in Rechnung.

Im GWU – Netzwerk gab es bei einem Getränkelieferant ein Problem mit einer Lieferung und es bestand die Sorge, dass auf einem großen Bestand sitzen geblieben wird und dieser dann entsorgt werden muss. Wir haben uns bereit erklärt eine größere Marge käuflich zu erwerben. Die Getränke wurden dann auf Firmenfeiern getrunken. Klar war die Unterstützung solidarisch, aber es gab auch einen Eigennutzen, der befriedigt wurde.

Wir stellen unsere Reinigungsmaschinen gerne und regelmäßig Mitunternehmen zur Verfügung. Darüber hinaus nutzen Nach- / Mitunternehmen unseren Fuhrpark mit.

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

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





D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen [30%]

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz) [40%]

Die ökologischen Auswirkungen der Dienstleistungen wurden in unserer ersten CO₂-Bilanz im Jahr 2021 ermittelt. Die größten Umweltauswirkungen liegen im Fuhrpark (ca. 75 % des Abdruckes gehen auf die Nutzung eigener Fahrzeuge zurück und weitere ca. 20 % entfallen auf die Anfahrten der Mitarbeitenden zur Arbeit). In E3 wird detaillierter auf die CO₂-Bilanz eingegangen. Die Umweltbelastungen durch die genutzte Reinigungschemie sind als gering einzuordnen, gefolgt von der Entsorgung leerer Behälter und Verpackungsmaterialien. Im Folgenden wird auf jeden Aspekt und dazugehörige Reduktionsmaßnahmen eingegangen. Durch den Einsatz von ökologischen Reinigungsmitteln, das vermehrte chemiefreie Reinigen, den Einsatz von Ozonwasser in der Waschküche und andere ökologische Bestrebungen schätzen wir uns im Branchenvergleich als positiv ein. Ein Benchmarking ist an dieser Stelle eine große Herausforderung.

Reduktion von Verpackungsmaterialien und sparsame Nutzung der Reinigungsmittel

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

Besonders erwähnenswert im Berichtzeitraum ist die Umstellung auf die Dosieranlage von Solution Glöckner. Wir bekommen ein Hochkonzentrat an Reinigungschemie und können diese in unseren eigenen Lagerhallen mit Wasser anreichern und auf die richtige Dosierung bringen. Die Einsparungen in diesem Bereich sind enorm. Es wird sehr viel im Bereich der Logistik gespart. Die Lieferungen sind deutlich kleiner und kompakter. Es werden weniger Anfahrtswege produziert und die Reinigungschemie kommt nicht in diverse Zwischenlager, sondern direkt zu uns. Durch die Reinigungsflaschen, welche ohne Probleme bis zu 100 x-mal nutzbar wären, spart das Unternehmen an dieser Stelle also 99 % an Verpackungsmaterial ein. Darüber hinaus wird bei dem Einsatz dieser Reinigungsmittel kein Sicherheitsdatenblatt benötigt. Die Reinigungschemie ist frei von kennzeichnungspflichtigen Chemikalien und selbst die unterschiedliche Farbgestaltung der Reinigungsmittel wird durch natürliche Farbstoffe gewährleistet. Das ist auf diesem Niveau leider noch nicht branchenüblich.

In der Abteilung der Sonderreinigung konnte im Berichtszeitraum umgesetzt werden, dass Grundreinigungen ohne Verwendung von Chemie möglich sind. Dies ist möglich durch das chemiefreie Abschleifen der alten Beschichtung. Dafür wird lediglich Wasser zum Abkühlen des Bodens verwendet. Dies ist durch die Anschaffung von einem Exzenterschleifer und einer Orbitalmaschine möglich gemacht worden.







Abbildung 43: Vorgetränkte Wischbezüge, mit denen Reinigungsmittel und Wasser eingespart werden können



Abbildung 44: Dosieranlage für sparsamere Verwendung von Reinigungsmitteln und Reduzierung von Plastikmüll

Umweltbewusstsein in der Angebotserstellung

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



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

Auf Grund der Berichtserstattung über uns und des Auftritts im Podcast der IHK werden wir gezielter nach einer ökologischen Dienstleistung angefragt und gehen diesen Anfragen mit Freude nach.

Abbildung 45: Dank des Kletterers ist die Efeu-Reinigung ohne den Aufbau eines Gerüsts möglich





Fuhrpark und Entsorgung

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

Der Fuhrpark ist ein großer Hebel, was die Umweltauswirkungen angeht. Ein Fuhrpark mit einer einsatzbereiten Fahrzeugflotte ist in der Branche jedoch unverzichtbar. Hier wird versucht, Fahrgemeinschaften zu bilden und die Lieferungen so zu planen, dass die Objekte mit möglichst kurzen Wegen und wenigen Fahrten beliefert werden. Mit dem kontinuierlichen Umstieg auf nachhaltigere Antriebe wird eine Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks erwirkt. So wurden zwei E-Transporter, fünf E-PKW, zwei E-Lastenfahrräder sowie mehrere Fahrräder angeschafft. Auf dem Betriebsgelände gibt es aktuell zwei Steckdosen zum Laden – geladen wird ausschließlich mit Ökostrom. Zusätzlich wird auf den Vermieter eingewirkt, die Dachflächen mit PV-Anlagen und das Grundstück mit E-Ladesäulen auszustatten.

An dieser Stelle möchten wir explizit darauf hinweisen, dass wir die E-Mobilität nicht als nachhaltige Mobilität verstehen. Zu viele kritische Rohstoffe werden verbaut und sind notwendig, um die Akkus auf eine nutzbare Reichweite zu bringen. Leider ist die Automobilindustrie bisher nicht in der Lage, eine sinnvolle Alternative anzubieten. Wir hätten sehr großes Interesse an dem Einsatz von Wasserstoff. Der einzige Transporter in diesem Bereich ist der Opel Vivaro mit einem Listenpreis von 120.000 €. Wenn man bedenkt, dass die Berliner Post in den 20igern vollelektrisiert war, der VW T2 als E-Variante verkauft wurde, sind die aktuellen Angebote, welche teilweise als Revolution angepriesen werden, ein Armutszeugnis für die (deutsche) Automobilbranche. Da wir allerdings durch die Nutzung von E-Fahrzeugen deutlich den Ausstoß von Schadstoffen reduzieren, es keine anderen Optionen gibt und wir aktuell weiterhin auf den Einsatz von Kraftfahrzeugen angewiesen sind, ist es aktuell der beste (faule) Kompromiss, den wir eingehen können.

Bewusstseinsbildung bei Kund*innen

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurde auf eine sparsame Nutzung der Reinigungsmittel sowie eine Reduktion von Verpackungsmaterialien geachtet.
- Es wurde auf ein Mob-System umgestellt, das die genutzte Wasser- und Reinigungsmenge reduziert, sowie Mitarbeiter*innen k\u00f6rperlich entlastet.
- Dienstleistungen wurden nur durchgeführt, wenn sie nötig waren.
- Es wurde versucht, so zu planen, dass möglichst wenig Fahrten mit den Lieferungen an die Objekte einhergehen und die Lieferungen erfolgen jetzt mehrheitlich mit einem E-Transporter.
- Es bahnt sich eine neue Kooperation mit einem Hygienepapier-Lieferanten an.
- Im Fuhrpark wird nach und nach auf nachhaltigere Antriebe umgestellt.
- Der Entsorgungsfachbetrieb hält nun die Mülltrennung ein.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- ein Müll- und Entsorgungskonzept erstellen.
- ein Konzept zur sinnvollsten Nutzung von Strom erstellen.





- auf dem Bürogelände für Mülltrennung sensibilisieren und gegebenenfalls das System überarbeiten.
- die Kooperation mit dem Hygienepapieranbieter vorantreiben und Kund*innen dafür sensibilisieren.
- "Tschüss Tüte": Sowohl bei uns im Büro als auch bei den Kund*innen vor Ort möchten wir ein System zur Vermeidung der Nutzung von Mülltüten einführen.

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

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

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

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

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

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

Grundsätzlich gilt in der Gebäudeservice Wodara GmbH, dass Dienstleistungen nur dann ausgeführt werden, wenn sie nötig sind, und dann so, dass sie möglichst lange halten. Auch die bereits vorgestellte Broschüre zum ökologischen Reinigen mit dem Titel "Wenn wir mal nicht in Ihrer Nähe sind" ist ein Beitrag zur Suffizienz, indem es dazu beiträgt, Kund*innen zur eigenständigen Durchführung der Reinigung, also unserer Dienstleistung, zu befähigen.

Auch die Geräte, die das Unternehmen nutzt, werden, wie in A3 und B3 beschrieben, nach möglichst hoher Qualität und langer Haltbarkeit ausgesucht. Darüber hinaus wird sich stets um eine Reparatur





statt einer Neuanschaffung bemüht. Dafür wird mit einem regionalem Reparatur-Unternehmen N&B kooperiert. So wird gewährleistet, dass Maschinen und Gerätschaften möglichst lange im Unternehmen verbleiben, was die gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen ständiger Neuanschaffungen reduziert. Generell wird in der Handwerks-Branche großer Wert auf Reparatur gelegt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

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

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

 noch transparenter über das Weglassen von Dienstleistungen informieren. Das auch auf der Homepage kommunizieren.

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

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

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz [30%]

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

Unsere Arbeit ist ohne das Einbeziehen und das Mitwirken der Kund*innen nicht möglich. Sie stellen den Raum, wo wir unsere Arbeit durchführen, zur Verfügung. Wir sprechen gemeinsam Zeiten ab und versuchen an dieser Stelle nach Möglichkeit auch immer das Daytime-Cleaning anzusprechen und loten gemeinsam mit Kund*innen aus, ob dieses umsetzbar ist. Auch der Leistungsumfang wird gemeinsam besprochen und Wünsche, Möglichkeiten und Herausforderungen erörtert und nach Lösungen gesucht. Auch die Ökologie ist hierbei immer wieder Gesprächspunkt. Wir klären über ökologische Reinigungsmittel auf und versuchen Abstellräume bei den Kund*innen zu bekommen, um somit Fahrwege zu reduzieren und nicht immer das ganze Material mitbringen zu müssen. Sollten Kund*innen mit machbaren ökologischen Ideen kommen, hören wir uns diese gerne an und setzen diese auch um. Die meisten Innovationsanstöße kommen nach wie vor von den Lieferant*innen. Bei größeren Kund*innen gibt es Jahresgespräche mit der Geschäftsführung. Durch die Abteilungs- und teilweise Objektleitung findet ein sehr enger Kund*innenkontakt statt. Prinzipiell haben alle Kund*innen immer Mitsprache- und Mitentscheidungsrecht bei Aufträgen.





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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Mit größeren Kund*innen fanden Jahresgespräche statt.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

 ein handhabbares CRM (Customer Relation Management) zur besseren und leichteren Kommunikation mit Kund*innen einführen.

D4.2 Produkttransparenz [30%]

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

Bei den Preisen ist es eher eine passive Haltung: Die Kalkulationen werden rausgegeben, wenn nachgefragt wird, was aber wenig geschieht. Geschätzt werden bei weniger als 10% der Aufträge die Kalkulationen direkt mitgeschickt. Der Grund liegt darin, dass in Gesprächen die Gefahr gesehen wurde, dass die Kalkulation bei Mitbewerber*innen vorgelegt werden, damit diese dann in einem gezielten Posten unterbieten könnten. Jedoch wurde auch gleichzeitig ein Vorteil in der Transparenz der Preise gesehen. Dies könne den Kund*innen als "Augenöffner" dienen, damit sie die niedrigen Gewinnmargen sehen und wissen, dass ein niedrigerer Preis auf Kosten der Mitarbeitenden gehen würde und deswegen schlichtweg nicht möglich ist, auch wenn Mitbewerber*innen dies anbieten.

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

Durch die intensiven Gespräche rund um die Tariflohnerhöhung wurde mit vielen Kund*innen über die Zusammensetzung unserer Preise gesprochen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Inhaltsstoffe aller Produkte wurden transparent ausgewiesen.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- die Preisbildung überdenken. Wenn es kein gemeinwohlzuträgliches Unternehmen ist, wird gegebenenfalls und nach Besprechung mit allen die Risiko-/Gewinnmarge erhöht.
- die Kalkulation der Preise mitschicken, damit die Kund*innen sehen k\u00f6nnen, warum keine niedrigeren Preise angeboten werden, auch wenn Mitbewerber*innen dies unter Umst\u00e4nden tun.
- die Informationsdichte auf der Webseite nochmals erhöhen.
- auf den Reinigungsmittelflaschen QR-Codes abbilden, um direkt zu Informationen zu kommen.





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

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





E Gesellschaftliches Umfeld [41%]

Wert	Menschenwürde	Solidarität und	Ökologische	Transparenz und Mitentscheidung	
Berührungsgruppe	Menschenwurde	Gerechtigkeit	Nachhaltigkeit		
A Lieferant*innen	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	
B Eigentümer*innen und Finanz- partner*innen	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investition und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung	
C Mitarbeitende	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	
D Kund*innen	D1 Ethische Kund*innen- Beziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	D3 Ökologische Auswir- kung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4 Kund*innen- Mitwirkung und Produkttransparenz	
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	

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

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen [55%]

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben [60%]

Grundbedürfnisse vs. Luxus

Die Gebäudeservice Wodara GmbH erfüllt mit ihren Dienstleistungen in der Regel stets Grundbedürfnisse. Der Hauptfokus liegt hierbei auf den Bedürfnissen nach Wohlbefinden, Gesundheit, Lebenserhaltung, sowie Schutz und Sicherheit. Eine professionell durchgeführte Reinigung ist förderlich oder sogar nötig für ein gesundes Leben, das von Wohlbefinden geprägt ist. Die Beseitigung von Keimen, Bakterien und Viren bietet auch Schutz und Sicherheit. In den Jahren der Covid19-Pandemie ist das Bedürfnis nach Schutz stark gestiegen und die desinfizierende Reinigung wurde somit zu einem Grundbedürfnis. Dadurch trug die Leistung des Gebäudeservice Wodara in den Jahren zur Lösung eines gesellschaftlichen Problems bei, was sich auch in der gestiegenen gesellschaftlichen Anerkennung der Dienstleistung widerspiegelte. Wenn es in einer Kita einen Covid-Fall gab, konnte bspw. mithilfe einer Vernebelungsmaschine der Raum dementsprechend desinfiziert werden. Auch die





Entfernung von Viren durch die Reinigung von Klinken und Schaltern war behilflich für den Infektionsschutz.

Eine gut gepflegte Wohnung erhöht das Wohlbefinden, während die Beseitigung von Gefahrenquellen einer vernachlässigten Immobilie oder Totholz in Bäumen die Sicherheit der Kund*innen erhöht. Der Winterdienst spielt hier ebenfalls eine große Rolle, da er maßgeblich der Sicherheit der Kund*innen und der gesamten Gesellschaft dient. Auch die ab 2022 angebotenen Dienstleistungen der Schädlingsbekämpfung und Tatortreinigung tragen einerseits zum Bedürfnis nach Schutz und Sicherheit sowie andererseits zum Bedürfnis nach Wohlbefinden bei.

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

Über die Grenze von Grundbedürfnis zu Luxus wurde viel diskutiert. Vor allem in Büros oder Kitas, deren Mitarbeitende nicht nach getaner Arbeit das komplette Gebäude reinigen sollten, vor allem, da sie dies wie eingangs erwähnt, nie im gleichen Maße wie gelernte Reinigungskräfte könnten. Somit kommt das Unternehmen zu der Einschätzung, dass nur in Ausnahmefällen eine Dienstleistung ein Luxus für die Kund*innen ist und kein Grundbedürfnis stillt.

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

Luxus: 1%

Nutzenart

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

Mehrfacher bzw. einfacher Nutzen: 90% Hemmender bzw. Pseudo-Nutzen: 8% Negativ-Nutzen: 2%

Erfüllungsgrad der Kund*innen

Wie in D ausführlich geschildert sind unsere Hauptkund*innen aus dem Sozial-, Bildungs- Gesundheitsund Wohnungswesen angesiedelt. Somit ist der Großteil der Kund*innen im Bereich der Versorgung des Grundbedarfes.

Beitrag zur Entwicklung der Menschen und der Biosphäre

Der Beitrag zur Entwicklung der Biosphäre wird bei rund 10% der Dienstleistungen geschätzt, da die Pflege der Natur durch die Abteilung Grünanlagenpflege einen Beitrag leistet. Der dabei entstehende Grünschnitt wird nicht verbrannt, sondern kompostiert, sodass er der Erde die Nährstoffe zurückgibt. Die Förderung der Entwicklung des Menschen wird in allen Dienstleistungen gesehen. Durch die angebotenen Dienste wird den Menschen wie oben erklärt Zeit und Freiraum geschaffen, sich anderweitig weiterzuentwickeln. Eine Anekdote des Geschäftsführers verdeutlich, wie wichtig





Menschen ein sauberes Umfeld für ihr Wohlergehen ist. Bei Vorträgen an Schulen fragt er stets, was die Schüler*innen am meisten in ihrer Schule stört, und die Antwort sei oft, "dass es in der Schule so dreckig ist."

Geschätzter Beitrag zur Entwicklung ...

... der Menschen: 80% ... der Biosphäre: 10%

Einfluss auf die UN-Entwicklungsziele



Abbildung 46: 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen mit Hervorhebung der Ziele, auf die das Unternehmen Einfluss übt

Der Einfluss wird vor allem beim Ziel 3 "Gesundheit und Wohlergehen" gesehen, da dies das Grundbedürfnis der Menschen ist, welches durch die Dienstleistungen und Produkte hauptsächlich abgedeckt wird. Bei einer genaueren Betrachtung der Unterziele und Indikatoren, die in jedem der 17 Ziele stecken, wird darüber hinaus ein Einfluss auf folgende Unterziele gesehen: Im Ziel 12 "Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster" trägt das Unternehmen vor allem zum Unterziel 12.5 "Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern" und 12.6 "Die Unternehmen, insbesondere große und transnationale Unternehmen, dazu ermutigen, nachhaltige Verfahren einzuführen und in ihre Berichterstattung Nachhaltigkeitsinformationen aufzunehmen" bei. Es wird auf eine Reduktion von Verpackungsmaterial, Langlebigkeit, Reparatur statt Neukauf und eine maßvolle Nutzung der Reinigungsmittel geachtet. Durch die Veröffentlichung des Gemeinwohl-Berichts trägt es seinen Teil zu mehr Transparenz bei. Außerdem wird, wie in D bereits zu Suffizienz beschrieben, auch darauf hingewiesen, wenn eine Reinigungsdienstleistung durch das Unternehmen nicht wirklich benötigt wird, anstatt den Auftrag anzunehmen. Zusätzlich wird eine Stärke im Beitrag zum Ziel 8 "Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum" gesehen. Die Reinigungsbranche leidet häufig unter schlechten Arbeitsbedingungen und wegen ihrer scheinbaren Niedrigschwelligkeit bewerben sich vermehrt weniger privilegierte Menschen. Durch den Einsatz für diese Gruppen und deren Förderung trägt das Unternehmen zur Erreichung der Unterziele 8.5 "Bis 2030 produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle Frauen und Männer, einschließlich junger





Menschen und Menschen mit Behinderungen, sowie gleiches Entgelt für gleichwertige Arbeit erreichen" und 8.8 "Die Arbeitsrechte schützen und sichere Arbeitsumgebungen für alle Arbeitnehmer, einschließlich der Wanderarbeitnehmer, insbesondere der Wanderarbeitnehmerinnen, und der Menschen in prekären Beschäftigungsverhältnissen, fördern" bei. Es werden langzeitarbeitslose Menschen eingestellt, aktiv auf Geflüchtete zugegangen und über dem Mindestlohn sowie nach dem Prinzip "Gleicher Lohn für gleiche Arbeit" gezahlt. In einem Gespräch wurde auch argumentiert, dass das Unternehmen auf Ziel 1 "keine Armut" dadurch einzahlt, dass "180 Menschen in den Lohn gebracht und über dem Mindestlohn bezahlt werden." Durch den genannten gleichen Lohn für gleiche Arbeit kann auch ein Beitrag zur Geschlechtergleichstellung gesehen werden. Insbesondere in diesem Berichtszeitraum neu hinzugekommen ist die Wirkung, die das Unternehmen durch die Ozonanlage auf das Ziel 6 "sauberes Wasser und Sanitärversorgung" haben. Auch die Vorreiterrolle, die das Unternehmen dadurch einnimmt und die Aufklärung für sauberes Wasser, die dadurch geleistet wird, spielt hierauf ein. Im Gespräch wurde außerdem die Frage in den Raum geworfen, was passieren würde, "wenn in einer Kita 2-3 Wochen lang die Toilette nicht gereinigt werden würde". Zuletzt wird über die Mitgliedschaft und Partizipation in verschiedenen Branchen- und Nachhaltigkeitsnetzwerken auch auf das Ziel 17 "Partnerschaften zur Erreichung der Ziele" beigetragen, worauf in den folgenden Abschnitten genauer eingegangen wird.

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen [50%]

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

Darüber hinaus wird sich auch für das Bild der Gebäudereiniger*innen in den Medien und der Gesellschaft weiterhin eingesetzt. Diese sind oft mit negativen Stereotypen behaftet, gegen die mit Interviews bei regionalen Zeitungen wie der Berliner Morgenpost, Schreiben an Politiker*innen und Verlage, Podcast Beiträgen, Gastbeiträgen an Universitäten sowie Vorstellungen des Berufs an Schulen vorgegangen wird.





Gebäude-Dienstleister mit Herz für Arbeitnehmer

01.09.2023, 00:00 Uhr · Lesezeit: 5 Minuten



Abbildung 47: Artikel in der regionalen Zeitung "Berliner Morgenpost"

Weiterhin wird sich auch bei dem alle zwei Jahre stattfindenden Branchentreffen des Zukunftsforums der Gebäudedienste für gesellschaftliche Themen eingesetzt. Auch auf der Webseite wird über die Vielfalt des Berufs berichtet, genauso wie über die Gemeinwohl-Ökonomie und deren Werte, wodurch das Unternehmen in der Region und Branche klar eine Vorbildrolle einnimmt. Hier wird auch aktiv über mehr Umweltbewusstsein und Themen wie Recycling berichtet. Der Gebäudeservice Wodara treibt zudem mehr und mehr die Unterhaltsreinigungen in Kitas am Tag an, was in der Branche eher selten ist. Dies wird von den Kitas auch immer mehr angenommen und stärkt so die Vereinbarkeit des Berufs mit dem Privatleben sowie die Sichtbarkeit und Wertschätzung der Reinigungskräfte. Zudem wurde wie bereits erwähnt im Berichtszeitraum begonnen, den Begriff der "Werterhaltungsfachkraft" einzuführen und zu verbreiten. Langfristig soll damit sprachlich dazu beigetragen werden, die Bedeutung der Reinigungsfachkraft in der Gesellschaft zu verändern und aufzeigen, welchen wertvollen Beitrag diese Menschen leisten. Werterhaltungsfachkraft zeigt nicht nur, dass es um die Langlebigkeit von Objekten und deren Wert geht (Ressourcen schonen) sondern auch den Teil, den die Mitarbeitenden dazu beitragen.

Ein weiteres Problem der Branche sowie vieler Handwerksbetriebe allgemein ist die saisonbedingte Ruhephase im Winter. Durch die Abteilung Winterdienst kann die Gebäudeservice Wodara GmbH nicht nur für die eigenen Mitarbeitenden unbefristete Verträge sicherstellen, sondern auch in Zusammenarbeit mit Nachunternehmen diese darin unterstützen, ihrerseits ihre Mitarbeitenden unbefristet einstellen zu können. Darüber hinaus lebt der Gebäudeservice Wodara eine inklusive Firmenkultur vor und stellt gezielt Geflüchtete Menschen mit unbefristeten Verträgen ein.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurden vermehrt Menschen mit Fluchthintergrund eingestellt.
- Ein Workshop zu Diversität wurde durchgeführt.





- Durch die zunehmende Reinigung am Tag konnte zur Vereinbarkeit des Berufs mit dem Privatleben sowie zur Sichtbarkeit und Wertschätzung der Reinigungskräfte beigetragen werden.
- In verschiedenen branchenspezifischen Netzwerken (MHWK, IHK, BVMW, Zukunftstreffen der Gebäudedienste) wurde für die GWÖ und andere Nachhaltigkeitsthemen sensibilisiert.
- Es wurde sich weiterhin für eine authentische und nicht stereotypisierte Darstellung von Gebäudereiniger*innen eingesetzt.
- Es wurde für unbefristete Verträge trotz der saisonbedingten Ruhephase für viele Handwerksbetriebe gesorgt.

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

Weder das Unternehmen noch dessen Kund*innen stellen Produkte oder Dienstleistungen her, die als menschenunwürdig aufgelistet sind. Lediglich die Zusammenarbeit mit einem großen deutschen Verlag, welcher einige öffentliche Negativschlagzeilen hatte, kann hier als negativ eingeschätzt werden. Dazu sollte jedoch hinzugefügt werden, dass durch die generierten Einnahmen die eigenen Mitarbeiter*innen einen Inflationsausgleich erhielten und dadurch eine sinnvolle Umverteilung stattfand.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen [40%]

E2.1 Steuern und Sozialabgaben [50%]

Der jährliche Umsatz betrug durchschnittlich 6.346.862,88 € im Berichtszeitraum. Die durchschnittliche Nettoabgabenquote für den Berichtszeitraum beträgt 37,08%. Sie errechnet sich wie folgt:

Nettoabgaben		Durchschnitt 2020- 23
Abgaben der	Lohnsummenabhängige Steuern	5.766,39 €
ArbeitgeberInnen	Sozialversicherungsbeiträge der ArbeitgeberInnen	665.253,43 €
Abgaban dar	Summe der Lohnsteuern	254.755,69€
Abgaben der Mitarbeitenden	Summe der Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden	580.428,68 €
Effektiv gezahlte	Einkommensteuer	37.885,77 €
Ertragsteuern	Körperschaftsteuer	20.143,37 €
	Landesspezifische sonstige Steuern, z.B. Gewerbesteuer (Deutschland)	17.745,25 €
	Sozialversicherung der Selbständigen	0€
Summe Nettoabgaben		1.581.978,56 €
Wertschöpfung		
Umsatzerlöse		6.347.650,38 €
+/- Bestandsveränderungen	+ Bestandserhöhung, -Bestandsminderung	2.235,99 €





Nettoabgabenquote	Nettoabgaben / Wertschöpfung	37,08%
= Wertschöpfung		4.266.890,11 €
 Abschreibungen 		-159.123,92 €
– Vorleistungen	Rohstoffe, Materialien, Handelsware, alle Bearbeitung, die auswärts geschieht (Aufwand für Lohnherstellung), sonstiger betrieblicher Aufwand	-2.051.266,72 €
+ Subventionen	Summe aller unternehmensbezogenen Subventionen und Förderungen	82.709,59€
+ sonstige Erträge		44.684,79 €
+ Aktivierte Eigenleistungen		0€

Abbildungen 48: Berechnung der relativen Netto-Abgabenquote

Das Unternehmen erhält kaum direkte materielle Unterstützungen wie z.B. unternehmensbezogene Subventionen. Lediglich bei der Umgestaltung des Fuhrparks gab es Förderungen bei dem Erwerb von E-Autos.

Als mittelständischer und regionaler Betrieb trägt die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen materiellen Beiträge in Form von Lohnsteuern (23 Tsd.) und Sozialversicherungsbeiträgen (2,66 Mio.) einen wichtigen Teil für das Wohlergehen des Gemeinwesens bei.

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

Im Bezug zum durchschnittlichen jährlichen Umsatz in Höhe von 6.346.862,88 € gesetzt ergibt sich somit folgende Zahl: Rund 0,07% des Umsatzerlöses werden durchschnittlich für das Gemeinwesen ausgegeben.

Spenden	2020	2021	2022	2023	Durchschnitt
Spenden	6.032,11€	3.860,00€	4.776,66 €	3.360,00€	4.507,19 €

Abbildung 49: Summe der Spenden in den jeweiligen Berichtsjahren

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

Prinzipiell versucht das Unternehmen, Spenden und Sponsoring effektiv zu gestalten. So wird das Geld beispielsweise lieber in kleine Vereine wie eine lokale Volleyballmannschaft gesteckt, da das "Geld dort sinnvoller angelegt [sei]" und sich ein solch kleiner Verein "um die Menschen [kümmere], um die es uns geht", also um die Stärkung der Gemeinschaft vor Ort. Neben diesem starken regionalen Fokus wurde zusätzlich versucht, sich materiell und immateriell im Bereich der eigenen Geschäftstätigkeit zu engagieren. Dazu zählen bspw. verschiedene Spenden von Reinigungsmaterialien sowie eine kostenlose Grundreinigung für einen sozialen Träger. Die verschiedenen Aktivitäten werden im Folgenden dargestellt.

Im Berichtszeitraum wurden durchschnittlich 4.507,19€ pro Jahr gespendet. Dies macht einen Anteil von 7,82 % des durchschnittlichen Gewinnes im Berichtszeitraum (57.657,48€) aus.





Ein Aspekt, der dabei erwähnt werden sollte, ist, dass in diesem Wert die Arbeitszeit und dadurch auch die Kosten für das Unternehmen für diese Aktivitäten zu berechnen. Es wird davon ausgegangen, dass der "Geldwert" der geleisteten Arbeitszeit weitaus höher ist als der Wert der Spenden an sich. Die Berechnung dessen würde den Rahmen dieser Rebilanzierung sprengen und wird durchaus auch kritisch gesehen, da "das Helfen von schutzbedürftigen Menschen nicht in monetäre Werte übersetzt werden sollte."

Das Engagement besteht zum Großteil seit vielen Jahren und beinhaltet Spenden an den Arbeiter-Samariter-Bund, die Unterstützung des regionalen Deutschen Roten Kreuzes, das Sponsoring von Trikots lokaler Sportmannschaften sowie Spenden an Kitas. Im Berichtszeitraum ist die Unterstützung

Abbildung 50: Packen von Verbrauchsgütern für Menschen in der Ukraine

einer lokalen Frauenfußballmanschaft hinzugekommen sowie die Unterstützung eines Gedenkturniers.

Infolge des Krieges in der Ukraine wurden verschiedene Aktionen mit materiellen Hilfsgütern wie Reinigungsmitteln und Verbrauchsmitteln unterstützt. Dabei wurde auch eine eigene Fahrt im März 2022 nach Warschau organisiert, bei der sieben Mitarbeitende mit drei eigenen Autos und einem Miet-Transporter Spenden für die Weiterfahrt in die Ukraine transportiert haben. Auf dem Rückweg wurden vierzehn flüchtende Ukrainer*innen aus Warschau nach Berlin mitgenommen. Die Koordination vor Ort wurde durch eine ehemalige Mitarbeiterin ermöglicht. Darüber hinaus gab es eine große Reinigungsmaterialspende an die Berliner Obdachlosenhilfe.

Weiterhin gab es auch die Aktion, dass Mitarbeitende, welche Geflüchtete zuhause aufnehmen, 100 Euro Brutto extra bekommen. Dies wurde jedoch nur einmal genutzt. Darüber hinaus engagiert sich das Unternehmen auch im Rahmen der gGmbH Berliner Schulpate, indem es den Beruf des*r Gebäudereiniger*in an Schulen vorstellt. Außerdem hat es eine Zeitungspatenschaft für eine Marzahner Schule übernommen. Teilnahmen am Forum Berufsbildung sowie an der Jobbörse der Berliner Handwerkskammer dienten ebenfalls der Vorstellung des Berufsbildes. Für die Kinderhospiz-

Station der Charité wird außerdem einmal im Jahr eine kostenlose Grundreinigung durchgeführt, sowie zur Adventszeit eine Weihnachtsaktion organisiert. Dies fiel jedoch in der Zeit der Covid-Pandemie aus und soll nun wieder gemacht werden. Wie in den letzten Jahren wurden zudem wieder die Weihnachtsbaum-Aktionen

durchgeführt, bei denen in den Kitas kostenlos Weihnachtsbäume bereitgestellt und aufgestellt worden sind.



Abbildung 51: Weihnachts-Aktion in der Kinderstation

Als weiteres gesellschaftliches Engagement ist die Mitgliedschaft im Verein Gemeinwohl-Ökonomie Berlin-Brandenburg e.V., dem GWÖ-Netzwerk sowie das Engagement beim Marzahn-Hellersdorfer



Wirtschaftskreis e.V. erwähnenswert. Dabei versucht das Unternehmen insbesondere in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen auch andere Unternehmen davon zu überzeugen oder Hilfestellung zu leisten. So wurde beispielsweise interessierten Unternehmen aus dem Verein Gemeinwohl-Ökonomie Berlin-Brandenburg e.V. angeboten, das Wissen aus der Erstellung einer ersten CO₂-Bilanz zu teilen. Mit einem interessierten Unternehmen gab es daraufhin mehrmaligen Austausch mit Hilfestellungen sowie die Bereitstellung aller relevanten und auch unternehmensinternen Daten, mithilfe derer die CO₂-Bilanz erstellt wurde. Im Berichtszeitraum wurden auch vermehrt an Hoch- und Oberschulen (wie beispielsweise der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde) Vorträge über gemeinwohlorientierte Wirtschaftsweisen gehalten und somit die Gedanken der GWÖ weiterhin verbreitet.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Das Engagement wurde seit der letzten Bilanz aufrechterhalten und um weitere Aktionen ergänzt.
- Weiteres Netzwerken und Verbreiten der GWÖ wurde bei mindestens fünf Vorträgen fortgeführt.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

klarere Richtlinien aufstellen, an wen wir was spenden und wie viel insgesamt.

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

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

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

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

Intern sowie extern gibt es eine entsprechende Meldestelle nach dem Hinweisgeberschutzgesetz.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen [35%]

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie [30%]

Im Berichtszeitraum wurden erste Umweltauswirkungen durch die Erstellung und Auswertung einer ersten CO₂-Bilanz erfasst. Auch wenn bisher noch keine systematische Regelmäßigkeit des Trackings stattfindet, konnte durch die Bilanz ein Überblick über die Haupt-Emissionsquellen und eine (Daten-) Basis für die weitere Erhebung geschaffen werden. Die Bilanz wurde 2022 für das Jahr 2021 im Rahmen eines Projektpraktikums einer studentischen Mitarbeiterin und mithilfe eines kostenlosen Online-Tools (ecocockpit) sowie nach dem Greenhouse Gas Protocol Standard erstellt. Aufgrund seiner Größe ist der Gebäudeservice Wodara rechtlich bisher nicht zur Erstellung einer CO₂-Bilanz verpflichtet. Durch diese Freiwilligkeit und durch die begrenzten zeitlichen Ressourcen des Projektpraktikums ging





es nicht um die "Berechnung jeden kleinsten Details bis zur gesamten Lieferkette jeden Kugelschreibers", sondern um eine erste Erfassung der Haupt-Treiber der Emissionen und eine erste Datenbasis.

Insgesamt hat das Unternehmen im Jahr 2021 **204.986,44 kg** CO₂-Äquivalente (CO₂e) ausgestoßen, bzw. **225.485,08 kg** CO₂e inklusive einem Sicherheitsaufschlag von 10%, der das Fehlen nicht kalkulierter oder nicht kalkulierbarer Emissionen (teilweise) auszugleichen versucht. In der folgenden Tabelle werden die Gesamtemissionen dargestellt sowie auf betrieblich relevante Kenngrößen umgelegt, um eine Vergleichbarkeit der Zahlen herzustellen. Dabei wurden einerseits die Anzahl an Mitarbeitenden im Jahr 2021 sowie die geschätzten jeweiligen Vollzeitäquivalente und andererseits der Umsatz im Jahr 2021 herangezogen.

	Ermittelte Gesamtemissionen	Gesamtemissionen mit Sicherheitsaufschlag von 10 %
Bezogen auf Ø 160 Mitarbeitende	1.281,17 kg CO₂e pro Mitarbeiter*in	1.409,28 kg CO₂e pro Mitarbeiter*in
Bezogen auf 104 geschätzte Vollzeitäquivalente	1.971,02 kg CO₂e pro Mitarbeiter*in	2.168,13 kg CO₂e pro Mitarbeiter*in
Bezogen auf 6.268.422,00 € Umsatz	0,032701 kg CO₂e pro € Umsatz	0,035972 kg CO₂e pro € Umsatz

Abbildung 52: Gesamtemissionen umgelegt auf verschiedene betriebliche Kenngrößen in kg CO_2 -Äquivalenten (CO_2 e) im Jahr 2021

In der Bilanz wurden alle direkten Emissionen (sogenannter Scope 1), indirekten Emissionen aus eingekaufter Energie (sogenannter Scope 2) sowie einzelne indirekte Emissionen innerhalb der Wertschöpfungskette (sogenannter Scope 3) erfasst. In der folgenden Abbildung werden die Ergebnisse aufgeteilt nach Scopes in einer kurzen Übersicht dargestellt.





SCOPE 01

Geschäftsreisen mit firmeneigenen Fahrzeugen — 153.921,89 kg CO₂e (75,09 %)

Einsatz von Energieträgern für die interne Verbrennung — 904,50 kg CO2e (0,44 %)

Weitere Emissionen — 4.255,55 kg CO2e (2,08 %)

SCOPE 02

Bereitstellung von Energie aus externen Quellen — 0,00 kg CO2e (0,00 %)

SCOPE 03

Holz, Papier und Pappe — 245,84 kg CO2e (0,12 %)

Entsorgung — 2.878,76 kg CO₂e (1,40 %)

Wasser — 96,17 kg CO₂e (0,05 %)

Anfahrt der Mitarbeiter — 42.683,73 kg CO2e (20,82 %)

Abbildung 53: Gesamtemissionen aufgeteilt nach Scopes

Aus der Abbildung wird deutlich, dass allein der Fuhrpark und die Anfahrt der Mitarbeitenden zur Arbeit insgesamt 95% aller CO₂-Emissionen ausmachen und damit die klaren Haupt-Emissionsquellen sind. Dies bestätigt die Vermutung aus der letzten GWÖ-Bilanz und hat die Prozesse der Umstellung des Fuhrparks erneut angestoßen.

Zu den Erkenntnissen und abgeleiteten Handlungsoptionen aus der Bilanz zählen bspw.:

- Die Emissionen aus dem Fuhrpark sind direkt von uns beeinflussbar, bspw. durch die bereits angestoßene Umstellung auf Elektromobilität (s. B3.1), eine bessere Routenplanung oder mehr Carpooling.
- Die Anreise der Mitarbeitenden kann von uns durch Anreize für alternative Transportmittel beeinflusst werden, wie bspw. durch ein Dienstfahrrad oder ein Abonnement für den öffentlichen Nahverkehr sowie die weitere Sensibilisierung der Mitarbeitenden für Umweltthemen.
- Der Einfluss der eingekauften Produkte wie Reinigungsmittel, Arbeitsmittel sowie deren Verpackungen und Lieferketten ist wie bei vielen Unternehmen unbekannt, jedoch wahrscheinlich groß. Es ist auch nicht klar, inwieweit eine komplette Erfassung dessen in Zukunft möglich ist. Die Reduktion des Verbrauchs und die sukzessive Umstellung auf umweltund klimaschonende Alternativen ist und bleibt ein stetig verfolgtes Ziel, wie an verschiedenen Stellen dieser Bilanz erläutert.
- Ähnlich dazu konnten bisher keine Daten zu Emissionsquellen in den jeweiligen Reinigungsobjekten vor Ort, wie Strom- und Wasserverbrauch sowie eventuell entstehender Abfall, ermittelt werden.





Im Rahmen der CO₂-Bilanz wurden Daten zu verschiedenen weiteren Umweltkonten für das Jahr 2021 ermittelt, da diese durch ihre Verwendung und Lieferkette auch Auswirkungen auf die CO₂-Emissionen haben. Diese werden entlang der vom Arbeitsbuch der Gemeinwohlbilanz geforderten Verifizierungsindikatoren in folgender Tabelle aufgelistet.

	Ermittelte Gesamtverbrauch	Pro Mitarbeitende:r (bezogen auf Ø 160 Mitarbeitende)	Pro € Umsatz (bezogen auf 6.268.422,00 € Umsatz)	
Ausstoß klimawirksamer Gase	in CO₂-Äqı	uivalenten erhalten sowe	eit ermittelt	
Transporte (und dessen CO ₂ - Äquivalent)	nicht ermittelbar, Treibstoffverbrauch s. folgende Umweltkonten			
Benzinverbrauch inkl. Anfahrt der Mitarbeitenden	119.682,26 Liter	748,01 Liter	0,019093 Liter	
dessen CO ₂ -Äquivalent	60.426,14 kg CO₂e	377,66 kg CO₂e	0,009640 kg CO₂e	
Dieselverbrauch inkl. Anfahrt der Mitarbeitenden	100.000,2 Liter	625,00 Liter	0,015953 Liter	
dessen CO ₂ -Äquivalent	131.070,31 kg CO₂e	819,19 kg CO₂e	0,020910 kg CO₂e	
Stromverbrauch	16.800,00 kWh	105 kWh	0,002680 kWh	
dessen CO ₂ -Äquivalent	0,00 kg CO₂e	0 kg CO₂e	0 kg CO₂e	
Gasverbrauch	4.500,00 kWh	28,125 kWh	0,000718 kWh	
dessen CO ₂ -Äquivalent	904,50 kg CO₂e	5,65 kg CO₂e	0,000144 kg CO ₂ e	
Heizenergie und Kühlenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur)	Heizenergie s. Gasverbrauch, Kühlenergie nicht relevant			
Verbrauch von Trink- und Regenwasser	443,75 m3	2,77 m3	0,000071 m3	
Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig)	nicht ermittelbar, s. Erkenntnisse aus CO₂-Bilanz			
Papierverbrauch	366,05 kg	2,29 kg	0,000058 kg	
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien	nicht ermittelbar, s. Erkenntnisse aus CO₂-Bilanz			
Kunstlichteinsatz (Lumen/kWh)	nicht relevant, Strom der Lampen s. Stromverbrauch			
Schadstoffemissionen und sonstige Umweltwirkungen	nicht ermittelbar, Treibstoffverbrauch s. jeweilige Umweltkonten			

Abbildung 54: Auflistung verschiedener im Rahmen der CO₂-Bilanz ermittelter Umweltkennzahlen im Jahr 2021

Eine komplette Auflistung aller für die CO₂-Bilanz 2021 erfasster Emittenten mit Angaben der jeweiligen Quelle findet sich in der folgenden Abbildung.





ALLE EMITTENTEN

Emittent	Kommentar	Menge	CO2e	Datenquelle	Bezeichnung
Diesel in L	Fuhrpark Diesel, s. Anhang	38.229,79 Liter	3,12	Gemis 5.0	Tankstelle\Diesel-DE-2020 (inkl. Bio) + direkte Emission
Benzin in L	Fuhrpark Benzin	12.113,62 Liter	2,86	Gemis 5.0	Tankstelle\Benzin-DE-2020 (inkl. Bio) + direkte Emission
Erdgas	Erdgasverbrauch von beiden Thermen, Erläuterung s. An- hang	4.500,00 kWh	0,201	EEW 2021	CO2-Faktoren - EEW
Diesel für Maschi- nen/Grünabteilung	laut Tankkarten, Erläuterung s. Anhang	149,63 Liter	3,12	GEMIS 5.0	_
Benzin für Maschi- nen/Grünabteilung	laut Tankkarten, Erläuterung s. Anhang	1.324,72 Liter	2,86	GEMIS 5.0	_
Grünstrom / Ökostrom	Gesamtstromverbrauch, Er- läuterung s. Anhang	16.800,00 kWh	0	EnWG	Stromversorger nach §42 EnWG
Abwasser	= Menge Wasserverbrauch	443.750,00 kg	0	Gemis 5.0	Abwasser-Reinigung-DE-2005
MVA Hausmüll	Gemischte Gewerbeabfälle und Leichtverpackungen zusammen, s. Anhang	7.510,00 kg	0,367	Gemis 5.0	MVA-Hausmüll
Trinkwasser	Wasserverbrauch auf dem Gelaende, ohne Objekte. Er- laeuterung s. Anhang	443,75 m³	0,217	Gemis 5.0	Xtra-Trinkwasser\DE-2020
PKW-Benzin-mittel	Erläuterung s.Anhang, mit- tlere Größe als Annahme gewählt, da keine Daten	106.243,92 km	0,207	Gemis 5.0	Pkw-Otto-mittel-DE-2020- -Basis
PKW-Diesel-mittel	Erläuterung s.Anhang, mit- tlere Größe als Annahme gewählt, da keine Daten	61.620,78 km	0,184	Gemis 5.0	Pkw-Diesel-mittel-DE- -2020-Basis
ÖPNV (Straßenbahn)	Erläuterung s.Anhang	79.760,83 km	0,117	Gemis 5.0	Strassenbahn-DE-2000
Kopierpapier	100% Recyclingpaper	244,49 KG	0,567	Lieferanten- spezifischer Emissionsfak- tor	_
Durchschreibsätze	100% Recyclingpapier	834,00 Stück	0,005	IFEU In- stitut 2006, s. Tabelle/An- hang	_
Visitenkarten	100% Recyclingpapier	1.000,00 Stück	0,001	IFEU In- stitut 2006, s. Tabelle/An- hang	_





Briefbogen	100% Recyclingpapier	10.903,00 Stück	0,005	IFEU In- stitut 2006, s. Tabelle/An- hang	_
Umschläge A4	100% Recyclingpapier	2.004,00 Stück	0,009	IFEU In- stitut 2006, s. Tabelle/An- hang	_
Umschläge C6	100% Recyclingpapier	11.460,00 Stück	0,003	IFEU In- stitut 2006, s. Tabelle/An- hang	_
Fahrrad	Erläuterung s.Anhang	31.502,76 km	0	gängige Praxis, ohne Vorkette zu berechnen (aus Gespräch mit EcoCock- pit)	_
zu Fuß	Erläuterung s.Anhang	6.508,26 km	0	gängige Praxis	_

Abbildung 55: Auflistung aller in der CO₂-Bilanz 2021 erfassten Emittenten inklusive Informationen zur jeweiligen Quelle

Strategien zur Reduktion dieser Umweltauswirkungen umfassen, wie an verschiedenen Stellen dieses Berichts erwähnt, unter anderem die Reduktion von Fahrten durch gute und effiziente Fahrtenplanung sowie die sukzessive Umstellung des Fuhrparks, der durch elektrische Lastenfahrräder und E-Pkws ausgeweitet wurde. Auch bei Neuanschaffungen wie z.B. im Bereich der Grünanlagen wurde auf elektrisch betriebene Geräte gesetzt, welche leiser und leichter sind. Weiterhin belasten diese Geräte nicht die Lunge und Atemwege wie es bei Verbrennermotoren der Fall ist, was bei den Mitarbeitenden sehr gut ankommt. Außerdem konnte durch die Ozonwaschmaschine der Strom- und Chemieverbrauch drastisch reduziert werden. Die Maschinen wurden nun so umgestellt, dass sie auch bei 0-20 Grad sehr gut waschen können. In den Büroräumen wird Recyclingpapier verwendet und sich um einen sparsamen Nutzen des Druckers bemüht. Außerdem wurde im Berichtszeitraum auch der Verkauf von recyceltem Hygienepapier an Kund*innen ausgeweitet. Im Büro werden umweltschonendere LED-Lampen eingesetzt. Da die Räume jedoch angemietet und das Gebäude mit weiteren Unternehmen geteilt wird sind die Werte nur schwer erhebbar und der Einfluss gering.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Es wurde eine erste freiwillige CO₂-Bilanz erstellt, in der auch andere relevante Umweltkennzahlen erhoben wurden.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

 eine Regelmäßigkeit in Bezug auf die systematische Erfassung von Umweltauswirkungen herstellen, und zwar durch die Erstellung einer weiteren CO₂-Bilanz in den Jahren 2026 & 2031.

E3.2 Relative Auswirkungen [40%]

Vergleichbare Branchenwerte konnten leider nicht gefunden werden. Im Rahmen der CO₂-Bilanz konnte jedoch eine Publikation der Wirtschaftsinitiative Nachhaltige Steiermark zur Klimabilanzierung





in der Gebäudereinigung aus dem Jahr 2019 gefunden werden². Aus dieser ging zumindest hervor, dass in der Branche die Anreise zum Objekt typischerweise die größte Emissionsquelle darstellt, was sehr mit den hier dargestellten Ergebnissen der eigenen CO₂-Bilanz harmoniert.

Weiterhin lässt sich festhalten, dass die Umwelt von der Reduktion der Verpackungsmaterialien, dem Achten auf Eco-Label bei den meistverwendeten Reinigungsmitteln und den guten und langlebigen Geräten profitiert. Darüber hinaus wurden auch oft die guten Arbeitsbedingungen von Mitarbeitenden erwähnt, da vor allem in der Reinigungsbranche viele Unternehmen ihre Mitarbeitenden nicht sehr gut behandeln. Weiterhin sei erwähnt, dass das stete Vorleben auch Umdenken bei den Mitarbeitenden auslöst.

Mit der Ozonanlage für die Waschmaschinen sind wir weit über dem Branchendurchschnitt. Sehr gerne laden wir interessierte Firmen zu uns in die Waschküche ein und präsentieren die Ozonanlage ausführlich und werben für das Mitmachen.

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

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

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung [35%]

E4.1 Transparenz [60%]

Mit der Erstellung der dritten GWÖ-Bilanz, welche auf Freiwilligkeit beruht, setzt sich das Unternehmen systematisch mit Transparenz auseinander. Angemerkt sei hierbei, dass bisher (leider) noch kein Unternehmen in unserer Branche, geschweige denn in der Region eine GWÖ-Bilanz erstellt

Das Unternehmen konnte im hat. Berichtszeitraum die Sichtbarkeit der GWÖ auf der Website deutlich verbessern und mit mehr Inhalt versehen. Auch wird die GWÖ-Bilanz in allen Mails im Footer verlinkt und dadurch sichtbarer gemacht. Außerdem sind auch Abschlussarbeiten über die Prozesse im Unternehmen auf der Website verlinkt und bieten somit noch mehr Einblick in interne Informationen. Selbst die Studierenden der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde erfreuen sich in Vorträgen an dem sehr hohen Grad an Transparenz und Offenheit.



Abbildung 56: Die Gemeinwohlbilanz 2021 in den Händen zweier Führungskräfte

https://www.win.steiermark.at/cms/dokumente/12762703_10342727/3fab40d7/Factsheet_Geb%C3%A4udereinigung_korrigiert_NEU.pdf, zuletzt abgerufen am 24.06.2024.



² Online verfügbar unter

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Die letzten beiden Gemeinwohl-Bilanzen, die Ergebnisse der CO₂-Bilanz und passende Abschlussarbeiten stehen auf der Webseite allen zur Verfügung.
- Eine Rebilanzierung wurde in Angriff genommen.

E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung [10%]

Bürger*innen und andere Berührungsgruppen können sich jederzeit an das Unternehmen wenden. Alle Kommunikationskanäle stehen allen jederzeit offen. Darüber hinaus ist auch das Bürogelände frei zugänglich. Es gibt jedoch keine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs.

Auch wenn die Geschäftsführung mehrmals auf regionale Politiker zugegangen ist, wurde ein Besuch jener jedoch noch nie wahrgenommen.

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

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





Ausblick

Im Rahmen der Erstellung dieser Bilanz wurden für alle Bereiche Ziele für den kommenden Berichtszeitraum formuliert. Diese sind in den jeweiligen Aspekten zu finden und werden in untenstehender Tabelle noch einmal in einer Übersicht dargestellt.

Allgemein wird angestrebt, im Jahr 2026 die nächste GWÖ-Rebilanzierung für die Jahre 2024 und 2025 zu erstellen.

Bis zur nächsten Bilanz möchte das Unternehmen ...

- die zehn größten Lieferant*innen einmal im Jahr anhand der Fragen der GWÖ befragen.
- im Berichtszeitraum alle Lieferant*innen über die GWÖ einmal informieren und fünf aktive Gespräche mit Lieferant*innen über die GWÖ führen.
- einen Kriterienkatalog für sozial- ökologische Nachhaltigkeit im Einkauf festlegen.

 Ein Richtlinienkatalog für die Auswahl von Nachunternehmen wurde nicht erstellt. Bis Ende 2024 sollte ein klarer Katalog existieren. In diesem müssen die wesentlichen administrativen Anforderungen sowie ethisch & ökologische Wertevermittlung enthalten sein.
- **A 2.1** fünf Nachunternehmen einmal jährlich befragen, ob sie zufrieden mit der Zusammenarbeit sind.
 - einen Kriterienkatalog für die Beschaffung neuer Materialien nach sozialen und ökologischen Standards einführen.
- die Belieferungen der Kund*innen mit recyceltem Hygienepapier deutlich ausweiten und sukzessive überzeugen.
- Richtlinien für den Umgang mit Zuwendungen von Lieferant*innen finden. Das Unternehmen wird Transparenz schaffen und Missbrauch vorbeugen.
- die Eigenkapitalquote stabilisieren. Aufgrund der Nachfolgeprozesse ist das schon eine Herausforderung. Ab 2026 sollte wieder ein Einstieg verzeichnet werden. Ziel ist es, eine Quote von 40 % zu erreichen.
- **B 1.2** Fördermöglichkeiten prüfen.
- ein Konto bei einer Ethik-Bank eröffnen. Dabei wird überprüft, ob die gleichen Kontokorrenten B 1.3 übernommen werden können.
 - aktuelle Vertragspartner*innen weiterhin für Nachhaltigkeit sensibilisieren.
 - die Zusammenarbeit mit der Volksbank weiter intensivieren. Hierzu soll es mindestens zweimal im Jahr einen zwei-stündigen Austausch geben und sich bei allen Finanzanfragen zuerst an die Volksbank gewendet werden. Mindestens eine Person aus der Berliner Volksbank engagiert sich mit mindestens einer geschäftsführenden Person von uns ehrenamtlich beim Marzahn-Hellersdorfer Wirtschaftskreis e.V.
 - die Anteilsübertragung auf die nächste Generation weiter vorantreiben. Dies ist notwendig, um die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens sicherzustellen.
 - Alternativen zum Ist-Zustand des Fuhrparks weitersuchen, unvoreingenommen und ergebnisoffen. Hierzu trifft sich eine AG Mobilität mindestens einmal im Jahr und trägt die neusten Ideen zusammen.
 - den Mitarbeitenden andere Wege der Mobilität eröffnen, um den Fuhrpark zu reduzieren. Auf einem der Hoffeste werden jedes Jahr über mindestens zwei neue Verkehrsmöglichkeiten informiert.
- das Bewusstsein dafür stärken, dass ökologische Kriterien bereits fester Bestandteil der Wertewelt des Unternehmens sind, um diese dann auch gemeinsam schriftlich festzuhalten und nach außen zu transportieren. Hierzu soll es eine größere Veranstaltung für Mitarbeitende geben, in denen die GWO-Bilanz vorgestellt wird.
 - das Bahnfahren interessanter machen, hierfür geben wir jedes Jahr 10 % mehr an Mitarbeitenden-Tickets für den ÖPNV aus.
 - den Fuhrpark des Team Geschäftsführung von zwei festen Fahrzeugen auf ein festes und ein Pool-Fahrzeug reduzieren.





- unsere Versicherung bis Mitte 2025 auf ihre ethische / ökologische Ausrichtung überprüfen. Hierzu werden bei allen Versicherungen Ausschlusslisten angefragt. Nach der Analyse gibt es ein Teammeeting, um gemeinsam zu erörtern, was unsere Mindeststandards sind. Nach Gewichtung der Versicherungssummen werden wir bis Mitte 2026 für die Worst 5 Versicherungen Alternativen gefunden und gewechselt haben.
- das Gemeinschaftsgefühl in der Verwaltung und zwischen allen Mitarbeitenden stärken:
 - 1. Teamentwicklungsevent zwischen dem dritten Quartal 2024 und dem ersten Quartal 2025, mit allen Abteilungsleitenden, Teamassistenz und Personalabteilung
 - 2. Winterfest 2024
- Eigenverantwortung & Beteiligung stärken:
 - 1. Einführung von regelmäßigen Strategietagen für die Abteilungsleitenden: Kick Off am 24.01.2024 und dann Januar 2025 & Januar 2026
 - 2. Einführung von Quartalsmeetings zur Finanzplanung und Finanzsituation des Unternehmens: Beginn erstes Quartal 2025 (voraussichtlich März 2025)
 - 3. Einführung von regelmäßigen Meetings zwischen Abteilungsleitung & Geschäftsführung mit dem Fokus: Ausrichtung und Entwicklung der Abteilung; Umsatz & Gewinn (Beginn Februar 2025, alle vier bis sechs Wochen wiederkehrend)
- die Kompetenzen aller Mitarbeitenden & die Ausbildungsqualität bei steigender Anzahl der Auszubildenden halten und verbessern:
 - 1. Entwicklung eines Auszubildenden-Konzeptes mit konkreten Lernschwerpunkten und dem strukturierten Weg durch die Abteilungen fertig bis Dezember 2024; Zwischenstand erste Juliwoche 2024, hier soll stark zwischen den Abteilungen kooperiert werden, um das Ziel aus der letzten Bilanz "Auszubildende können herausfinden, wo ihre Interessen liegen, z.B. möglich bei Baumaßnahmen und Bauendreinigen" noch besser umzusetzen
 - 2. Personalentwicklungsprogramm für Führungskräfte:
 - a. Schwerpunkte Finanzplanungskompetenz & Strategie; Führungskompetenz, ggf. digitale Kompetenz/ Im Jahr 2024 genauer definieren was es braucht und für 2025 ein Budget einstellen/ eine Schulung ab 2025 pro Jahr: Wertschätzende und respektvolle Kommunikation, kultursensibler Umgang und Konfliktlösung
 - b. Nach Bedarf Unterstützung für angehende Führungskräfte (Rollenvorbereitung)
 - c. Nach Bedarf fachspezifische Fortbildungen
 - 3. Ab 2025 kontinuierliche Erhebung der Krankenzahlen & Fluktuationsrate und daraus Maßnahmen zur Verbesserung ableiten
 - 4. Januar Mai 2025: Pilot-Austrittsgespräche durchführen, um Maßnahmen zu identifizieren, die uns helfen, ungewollte Fluktuation zu senken und gleichzeitig Einstellungsprozesse zu optimieren
 - 5. Mitarbeitendenstrukturanalyse in 2025 bzw. 2026, um Verweildauer besser zu verstehen und daraus Entscheidungen abzuleiten
- bis Mitte 2024 einen IK-Up Artikel zum Hochbeet verfassen und alle Mitarbeitenden über die Möglichkeit der Mitnahme von Gemüse informieren.
- im Jahr 2025 Maßnahmen recherchieren, die Krankenkassen kostenlos für Mitarbeitende anbieten und die auf unseren Arbeitsplatz einzahlen (bspw. Rückschulung, richtig tragen, usw.).
- Datenmanagement: Datenerfassung zu Krankenstand und regelmäßige Auswertung pro Abteilung ab 2025 einführen.
- im Jahr 2025/2026 eine Gefährdungs- und Arbeitsschutz-Beurteilung durch die AOK durchführen.
- bis Ende 2025 eine qualitative Erhebung zum Belastungserleben am Arbeitsplatz durchführen und Maßnahmen zur Senkung der erlebten Arbeitsbelastung ermitteln (dabei die Korrelation zu den Krankenzahlen mitdenken).
- bis April 2025 Auf dem Gelände einen Spender für Wasser, Sonnencreme und Hautschutzcreme installieren.

C 1.1



C 1.2



- 2024 eine Diversitäts-Umfrage durchführen, auswerten und Maßnahmen ableiten.
- c 1.3 bis Ende 2026 Datenmanagement: Datenerfassung und Analyse zu Austritten und Verbindung mit Diversitätsdimensionen.
 - bis Oktober 2024 einen Gehaltskatalog für die Verwaltung verabschieden. Die Kriterien werden gemeinsam mit den Veraltungsmitarbeitenden besprochen und Ideen und Anregungen fließen ein. Im September oder Oktober 2024 wird es zu dem entwickelten Vorschlag eine Widerstandsmessung geben und damit final verabschiedet.
 - Gehaltsmodell in den Abteilungen:

C 2.1

- 1. November 2024 wird mit den Teamleitern der Grünabteilung über die Veränderung von Lohn- zu Gehaltsempfänger*innen gesprochen. Es werden Ideen von den Teamleads abgeholt, wie die Ausgestaltung der neuen Arbeitsverträge aussehen kann. In Zusammenarbeit mit der Personalabteilung werden wir dann spätestens bis Mitte 2025 zur Umsetzung neuer Arbeitsverträge kommen bzw. herausstellen, ob und wie sinnvoll das ist.
- 2. In den anderen Abteilungen Angleichung bis 12/2026: dazu gehören unterschiedliche Aspekte:
 - a. Analyse der Gehaltsstrukturen und Modelle in den Abteilungen (1. Quartal /2025)
 - b. Identifikation von Kriterien gemeinsam mit Führungskräften (2. Quartal /2025)
 - c. Resonanzrunde im Unternehmen (3. Quartal 2025)
 - d. Festlegen eines prozesshaften Vorhergehens mit Meilensteinen und Deadline (4. Quartal 2025)
 - e. Umsetzung (2026)
- **C 2.2** bis Ende 2026 den digitalen Arbeitsnachweis in allen Abteilungen einführen.
 - den Einkauf nach ethischen & ökologischen Kriterien prüfen. Bis Ende 4. Quartal 2024 gibt es hierzu einen Beschaffungskatalog, der den einkaufenden Mitarbeiter*innen eine Orientierung geben wird.
- alles, was für den Bürobetrieb (Kaffee, Wasser, Obst, Snacks, Getränke usw.) auf Firmenkosten gekauft wird, zu 100 % bio und fair einkaufen und vegane Alternativen zur Verfügung stellen. Die Umsetzung ist an den Beschaffungskatalog gekoppelt.
 - den Mitarbeitenden im Büro mehr Getränke mit Belieferung zur Verfügung stellen.
 - bis Ende 2024 eine Person benennen, die sich mit Herz und Leidenschaft um den Öko fairen Verwaltungseinkauf kümmert. Eine Schulung wird dafür durch das Unternehmen zur Verfügung gestellt. Dies sollte ebenfalls mit Einführung des Beschaffungskataloges einhergehen.
 - bis Ende 2025 die Nutzung des Jobrads ausweiten. Hierfür wird einerseits die Aufklärung durch das Unternehmen intensiviert und gleichzeitig geprüft, ob Mitarbeitende sinnvoll einen Dienstwagen gegen ein Jobrad tauschen können. Fünf neue Fahrräder sind ein gutes Ziel im Berichtszeitraum.
- dauerhaft Mitarbeitende motivieren, die Nutzung von Kfz & Transporter zu reduzieren.
 - mindestens zwei weitere E-Lastenfahrräder anschaffen und sukzessive die Abhängigkeit und Kosten von Transportern entgegenwirken.
 - bis Ende 2025 Reinigungsflaschen mit eigenem Etikett versehen und verstärkter auf die Weiternutzung hinweisen.
- bis Ende 2025 das Warensystem digitalisieren, um Verbrauch und Einkauf noch besser auf ökologische Dimensionen hin abprüfen zu können.
 - Ende 2026 finanzielle Daten zielgruppengerecht aufbereiten und regelmäßig veröffentlichen, um mehr Transparenz und Nachvollziehbarkeit zu schaffen.
- Kennzahlen definieren, die für die Belegschaft relevant sind und über die proaktiv berichtet werden **C 4.1** kann.
 - ab Ende 2026 monatliche Transparenzberichte zu bestimmten Kennzahlen auf IK-Up veröffentlichen.
 - Gegebenenfalls eine neue Ordnerstruktur mit speziellem Freigabemanagement für einen leichteren Zugriff einführen.





- bis Ende 2025 ein Feedback-System für Mitarbeitende zu ihren direkten Führungskräften entwickeln. Fragen auf Validität prüfen und sicherstellen, dass die Abfrage anonym ist und uns gleichzeitig die Möglichkeit bietet, klare Maßnahmen abzuleiten.

C 4.2

- 2026 dieses Feedback-System implementieren.
- zukünftige Führungskräfte weiterhin demokratisch legitimieren und eine breite Meinung einholen und
- Ende 2025 Klarheit über Entscheidungsprozesse, Rollen- und Rollenkompetenzen, um damit Eigenständigkeit und Selbstverantwortung zu fördern.

C 4.3

- Ende 2024 wieder verbreiten, dass Mitarbeitende neue Mitarbeitende werben können. Dabei werden die Konditionen klar kommuniziert.
- noch mehr Mitarbeitende vom Beitritt zu und Nutzung von IK-Up überzeugen und dadurch noch mehr Mitentscheidung ermöglichen.
- noch schneller auf Anfragen und Reklamationen reagieren.
- einen Ethikrichtlinienkatalog für die Kund*innen-Gewinnung & -pflege konsensieren und verabschieden.
- ein Marketing-Budget festlegen.

- **D 1.1** das Online-Marketing gezielter einsetzen und intensiver auswerten.
 - das "Cross-Selling" verstärken. Die Abteilungen werden sich gegenseitig Aufträge verschaffen, da das Unternehmen nahezu alle Dienstleistungen rund um ein Gebäude anbieten kann. Bei Weitervermittlung wird konsequent der Kund*innen-Kontakt gehalten.
 - eine Liste der zu empfehlenden Unternehmen erstellen, wenn die Leistung nicht selbst abgedeckt werden kann.

D 2.1

- Kooperationen auf ein neues Level heben. Insbesondere mit Klara Grün und eventuell noch weiteren Unternehmen.
- ein Müll- und Entsorgungskonzept erstellen.
- ein Konzept zur sinnvollsten Nutzung von Strom erstellen.
- D 3.1 auf dem Bürogelände für Mülltrennung sensibilisieren und gegebenenfalls das System überarbeiten.
 - die Kooperation mit dem Hygienepapieranbieter vorantreiben und Kund*innen dafür sensibilisieren.
 - "Tschüss Tüte": Sowohl bei uns im Büro als auch bei den Kund*innen vor Ort möchten wir ein System zur Vermeidung der Nutzung von Mülltüten einführen.
- noch transparenter über das Weglassen von Dienstleistungen informieren. Das auch auf der Homepage D 3.2 kommunizieren.
- ein handhabbares CRM (Customer Relation Management) zur besseren und leichteren Kommunikation D 4.1 mit Kund*innen einführen.
 - die Preisbildung überdenken. Wenn es kein gemeinwohlzuträgliches Unternehmen ist, wird gegebenenfalls und nach Besprechung mit allen die Risiko-/Gewinnmarge erhöht.
- die Kalkulation der Preise mitschicken, damit die Kund*innen sehen können, warum keine niedrigeren Preise angeboten werden, auch wenn Mitbewerber*innen dies unter Umständen tun.
 - die Informationsdichte auf der Webseite nochmals erhöhen.
 - auf den Reinigungsmittelflaschen QR-Codes abbilden, um direkt zu Informationen zu kommen.
- **E 2.2** klarere Richtlinien aufstellen, an wen wir was spenden und wie viel insgesamt.
- E 3.1
- eine Regelmäßigkeit in Bezug auf die systematische Erfassung von Umweltauswirkungen herstellen, und zwar durch die Erstellung einer weiteren CO2-Bilanz in den Jahren 2026 & 2031.





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

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

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Dies ist die dritte Gemeinwohl-Bilanz der Gebäudeservice Wodara GmbH. Die erste Bilanz wurde als Kompaktbilanz im Peer-Review-Verfahren erstellt. Die zweite war eine Vollbilanz und wurde sehr umfangreich gestaltet.

Zur Erstellung dieser Bilanz hat sich das Unternehmen die studentischen Mitarbeitenden Alessandra Engel und Valentin Schodlok ins Boot geholt, die die Federführung der Bilanzierung übernommen haben. Die Bilanz wurde gemeinsam mit Philipp Wodara und Madlen Sanchiño Martínez erstellt. Die nötigen Zahlen wurden vor allem vom Buchhalter Andreas Born sowie der Personalerin Katja Kay geliefert. Auch der Geschäftsführer Mario Wodara war involviert.

Bei dieser dritten Bilanzierung wurden vermehrt kleine Interviews mit den Abteilungsleitenden geführt. Die Wertschätzung für diese Einbindung in den Prozess wurde beiderseits deutlich. Weiterhin gab es für die Verwaltungsebene die Möglichkeit, die Bilanz online kollaborativ mitzugestalten. Auch wenn dies nur von Einigen angenommen wurde, gab es dazu positives Feedback und eine Person sagte dazu: "Ich finde es gut, dass das mit der Nachhaltigkeit auch einfach und locker sein kann".

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

- Philipp Wodara Geschäftsführer

Madlen Sanchiño Martínez zukünftige Geschäftsführung

- Andreas Born Controlling und Abteilungsleitung Winterdienst

Katja KayMario WodaraPersonalleiterinGeschäftsführer

Babette Seist Leitung Büro

Miriam Koch Abteilungsleitung Unterhaltsreinigung





Stefan Koch Abteilungsleitung Unterhaltsreinigung

Roman von Staden Abteilungsleitung Sonderreinigung
 Jonas Bless Abteilungsleitung Grünanlagenpflege

Andreas RöslerJens HückstädtLeitung des Lagers & GeländesAbteilungsleitung Hausservice

Andreas Schwarzer
 Maik Wulff
 Sicherheitsfachkraft
 Lager & Beschaffung

Außerdem wurde eine kurze Umfrage zu Themen des Bereichs C an alle Mitarbeitenden gesandt, von denen 45 Mitarbeitende diese auch beantwortet haben. Ein großes Dankeschön auch hier an alle Teilnehmenden! Darüber hinaus waren auch die größten Lieferant*innen involviert. Von ihnen wurden Produktlisten zur Analyse sozial-ökologischer Kriterien sowie vereinzelt Angaben zu sozial-ökologischen Aspekten der Lieferkette bereitgestellt.

Insgesamt wurden geschätzt ca. 600 Stunden aufgewandt. Dies ist auf den ersten Blick sicherlich eine erschlagende Zahl. Wenn man bedenkt, dass wir über vier Jahre bilanziert haben, sind das ca. 200 Wochen und somit umgerechnet ein wöchentlicher Aufwand von 2,5-3 Stunden.

Die endgültige Bilanz wird auf der Homepage veröffentlicht werden. Außerdem ist geplant, alle Mitarbeitenden über die Veröffentlichung der Bilanz im Intranet zu informieren sowie eine kurze Zusammenfassung zum Bilanzierungsprozess sowie der Entwicklung des Unternehmens hinzuzufügen.

Datum: 01.07.2024



