

GEMEINWOHL BERICHT

2013



GEMEINWOHL-BERICHT 2013

UNTERNEHMEN

Firmenname: SONNENDRUCK GMBH
www.sonnendruck.com

Geschäftsführer: Uwe Treiber
Ludwig-Wagner-Straße 16
D-69168 Wiesloch

Branche: Druck

MitarbeiterInnen: 9 Vollzeit
3 Teilzeitmitarbeiter

Umsatz: 1.5 Mio. € / Jahr
Gewinn = 10.000 €
zur Reinvestition in 2014



TÄTIGKEITSBEREICH

Sonnendruck bietet das gesamte Spektrum moderner, umweltgerechter Offset-Printkommunikation: Prospekte, Kataloge, Magazine, Verpackungen und vieles mehr.

- Offsetdruck
- Digitaldruck
- Projekte
- Design
- Satz
- Datenservice
- Bildbearbeitung
- Reproduktion
- Buchbinderei
- Veredelung
- Direkt Marketing
- Logistik

DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Ich habe auf einem Vortrag der Karma Konsum 2012, Christian Felber kennen gelernt und festgestellt, dass die GWÖ-Inhalte sehr viele Übereinstimmungen mit meiner Firmen- und Lebensphilosophie haben; z. B. im menschlichen Miteinander – Kooperation und die Wertschätzung und Achtung der Natur.

Es herrscht ein Ungleichgewicht wie wir mit der Erde umgehen und auch unter uns Menschen. Ohne Rücksicht werden Ressourcen ausgeschöpft, die endlich sind. Menschen beuten die Erde und andere Menschen aus, um sich zu bereichern. Unermesslicher Reichtum und unfassbare Armut spiegeln diese Unausgegogenheit. In der Wirtschaft so auch zwischen den Menschen sollte aus meiner Sicht keine Konkurrenz, sondern ein Miteinander der Normalität sein.

In der immer größer werdenden Gemeinschaft der Gemeinwohl-Ökonomie sehe ich Chancen, dies zu verändern und persönlich mitzuwirken.

Deswegen erstellten wir in 2012 unsere erste Gemeinwohl-Bilanz. Durch die positiven Erfahrungen in 2013, wie die stärkere Identifikation meiner Mitarbeiter, die Außenwirkung meines Unternehmens und die positiven Reaktionen der Kunden erstelle ich hier meinen zweiten Bilanzbericht.

Sonnendruck, sein Führungsteam und sein unternehmerisches Konzept besteht – unter wechselnden Namen – seit über 30 Jahren. Das heutige Unternehmen geht auf eine Gründung im Jahr 1980 zurück. Aus kleinen Anfängen haben wir uns zu einem regional führenden, mittelständischen Unternehmen entwickelt.

1996 wurde unser Vorläuferunternehmen nach DIN ISO 9001 zertifiziert – als eines der ersten der Branche.

Der Wissens- und Erfahrungsschatz, den wir uns im Laufe der Jahre erarbeitet haben, ist auch für eine Traditionsdruckerei nicht selbstverständlich. Profitieren Sie davon! Was folgt aus soviel Kompetenz? Natürlich Leidenschaft. Wir wollen das Beste aus jedem Auftrag machen. Um unsere Begeisterung mit Ihnen zu teilen.

Der Klimawandel hat verheerende Folgen. Ebenso die globale ungerechte Verteilung von Reichtum. Dennoch sehen die meisten Wohlhabenden keine Veranlassung, ernsthaft über Weltarmut und Folgen der Klimakatastrophe nachzudenken und halten es für offensichtlich, dass sie dafür keinerlei Verantwortung tragen. Das ist eine Illusion.

(Thomas Pogge, Leitender Professor of Philosophy and International Affairs an der Yale Universität)

Das Pionier-Unternehmen Sonnendruck GmbH ist sich seiner Verantwortung bewusst und hat sich auf den Weg gemacht, unternehmerische Zielsetzungen und unternehmerisches Handeln an der Lebensdienlichkeit zu orientieren. Besonders hervorzuheben ist die konsequente Anwendung ethischer Richtlinien in Beschaffung und Marketing, sowie das vorbildliche Engagement für gemeinwohlorientiertes Wirtschaften in Veranstaltungen und Vorträgen.

NEGATIVKRITERIEN

Das Ausfüllen des Excel-Sheets als GWÖ-Bilanz ist freigestellt. Daher muss zumindest einmal bestätigt werden, dass das Unternehmen keines der Negativkriterien erfüllt.

Das wird durch Ankreuzen bei „Kann ich bestätigen“ belegt oder durch einen kurzen Satz am Anfang des Berichtes: „Hiermit bestätigen wir, dass wir keines der Negativkriterien erfüllen.“

	Kann ich bestätigen	Kann ich nicht bestätigen
Keine Verletzung der ILO-Arbeitsrechtenormen / Menschenrechte.	X	
Keine menschenunwürdige Produkte.	X	
Keine Beschaffung bzw. Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen. (Papier wird über Papiergroßhandel gekauft und ist anders nicht möglich, daraus entsteht fehlende Transparenz)		X (ist nicht wirklich nachweisbar trotz aller Bemühung)
Keine feindliche Übernahme.	X	
Keine Sperrpatente.	X	
Keine Dumpingpreise.	X	
Keine massiven Umweltbelastungen für Ökosysteme.	X	
Keine groben Verstöße gegen Umweltauflagen (z. B. Grenzwerte).	X	
Keine geplante Obsoleszenz (Produktveralterung).	X	
Keine Ungleichbehandlung von Frauen und Männern.	X	
Kein Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung trotz Gewinn.	X	
Keine Unternehmen in Steueroasen.	X	
Keine Eigenkapitalverzinsung über 10 %.	X	
Offenlegung alle Beteiligungen und Tochterunternehmen.	X	
Keine Verhinderung eines Betriebsrates.	X	
Offenlegung aller Finanzflüsse an Lobbyisten und Lobby-Organisationen / Eintragung ins Lobbyregister der EU	X	

A1 | ETHISCHES BESCHAFFUNGSWESEN

A1 | Ethisches Beschaffungswesen:

Auflistung von 80 % des Einkaufsvolumen ergaben:

Bezogenes Produkt / Dienstleistung (% der gesamten Beschaffungskosten)	Relevante / ökologische Risiken	Potentiale (höherwertige Alternativen, Einflussmöglichkeiten, etc.)	Status Quo + Zielsetzungen (berücksichtigte Faktoren)
Deutsche Papier 40 %	Haftpapiere werden auch verarbeitet und sind nicht wirklich ökologisch; hat keinen Nachhaltigkeitsbericht.	Papier hängt vom Kunden ab und wird vorgegeben. Gespräche mit Kunden werden geführt, um den Anteil zu erhöhen. Es wurde ca. 10 % Recyclingpapier in 2013 eingesetzt.	Anteil FSC-zertifiziert ist in 2012 ca. 25 % und sollte in 2013 auf 35 % erhöht werden. Ende 2013 sind es 41 %.
Papier Union 32 %	Nachhaltigkeitsbericht vorhanden.	Umstellen auf Recyclingpapier, Gespräche mit Kunden werden geführt. Es wurde ca. 10 % Recyclingpapier in 2013 eingesetzt.	Anteil FSC-zertifiziert ist ca. 25 % in 2012 und soll in 2013 auf 35 % erhöht werden.
Papyrus 9,8 %	Nachhaltigkeitsbericht angefordert.	Umstellen auf Recyclingpapier, Gespräche mit Kunden werden geführt.	
Igepa			
Umstellung auf Prozesslose Kodak Druckplatten.	Es kommt keine Chemie mehr zum Einsatz.	Umstellung wurde in 2013 evaluiert und umgesetzt.	Umstellung wurde zu 100 % umgesetzt.
Epple Druckfarben 5,6 %	100 % HKS-Farben, wasserlöslich.	Nachhaltigkeitsbericht vorhanden. Transparenz / Status erarbeiten / Gespräche führen.	keine toxische Bestandteile, pflanzliche Bindemittel werden verwendet, keine Mineralöle als Bestandteile, Umstellung zu 100 % abgeschlossen.

A1 | ETHISCHES BESCHAFFUNGSWESEN

B1 | ETHISCHE FINANZDIENSTLEISTUNGEN

A1 | Ethisches Beschaffungswesen:

Regionale, ökologische und soziale Aspekte werden bei Sonnendruck wie folgt umgesetzt:

- 100 % Ökostrom von Lichtblick
- Beim Papierzukauf wird auf zertifizierte Rohstoffe geachtet Steigerung von 15 % (rund 95 % der Rohstoffe im Druckbereich ist Papier).
- Standardmäßiger Einsatz von mineralölfreien Druckfarben auf Pflanzenbasis

Reduktion von Isopropylalkohol Norm in Deutschland = 8 %, Sonnendruck liegt bei 4-6 % (maschinenabhängig).

- Büromaterial wurde in 2013 komplett im lokalen Bürohandel Seidel in Wiesloch eingekauft. Ökologische Produkte wurden extra ins Produktportfolio aufgenommen durch die Anfrage von Sonnendruck.

Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter P/D und Prozesse:

Mit den Lieferanten wird einmal jährlich proaktiv gesprochen was in Richtung Verbesserung / Nachhaltigkeit gemacht werden kann.

Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung:

Kooperationen mit GWÖ Unternehmen hat in 2013 leider nicht stattgefunden und ist weiterhin geplant. Auf GWÖ Veranstaltungen wird von Sonnendruck die GWÖ repräsentiert und vorgestellt. Hieraus sind Zusammenarbeiten mit GWÖ nahen Unternehmen wie z. B. IG Bau Frankfurt, Jörn Wiedemann, Stadtwerke HD, Natur Verlag Heilbronn entstanden.

Beim Fahrzeugkauf wurde auf Emissionen geachtet. Ein Auto mit Hybridantrieb wurde gekauft.

Hinweise | Ideen | Potentiale:

Das Pionier-Unternehmen Sonnendruck GmbH hat bereits seine eigenen Zielsetzungen aus dem vergangenen Gemeinwohl-Bericht übertroffen und zeigt glaubwürdig weitere Anstrengungen das Beschaffungswesen nach ethischen Kriterien weiter lebensdienlich zu verändern. Sehr erfreulich!

B1 | Ethische Finanzdienstleistungen:

Erwirtschaftete Ergebnisse werden vollständig im Unternehmen reinvestiert. Größere Investitionen werden mit Hilfe der regionalen Volks- und Raiffeisenbank Heidelberg und mit Förderungen finanziert (L-Bank-BW „GuW-Programm“ und „ERP-Kapital für Gründung“ der KfW).

Seit Mitte 2013 ist Herr Treiber im „Beirat“ der Volksbank Heidelberg um darüber auch eine größere Reichweite im Sinne des Gemeinwohls auszuüben.

Ein zweites Geschäftskonto wurde bei der Ethikbank eröffnet. Die Rechnungsvorlagen, Briefköpfe etc. wurden entsprechend geändert.

Gemeinwohlorientierte Veranlagung: Durch meinen gehörlosen Sohn Timo, habe ich seit Jahren immer wieder Kontakt zu Behinderteneinrichtungen und weiß aus eigener Erfahrung, wie wichtig die Arbeit sozialer Einrichtungen ist. Deshalb unterstützt meine Firma Sonnendruck GmbH in 2012 mit 0,5 % des Umsatzes verschiedene Institutionen, die sich für das Wohl Behinderter aber auch benachteiligter Menschen einsetzen.

- Kirchliche Sozialstation Wiesloch e. V.
- Deutscher Kinderschutzbund e. V.
- Paulinenpflege Winnenden
- International Campaign for Tibet Deutschland e. V.
- Diakonieverein im Diakonischen Werk Mannheim e. V.
- SPHV – Gemeinnütziger Verein Rhein-Neckar
- Bürgerstiftung Wiesloch
- UNO-Flüchtlingshilfe
- Häuser der Hoffnung – Schulbildung für die Dritte Welt e.V.
- SOS KINDERDORF – In Deutschland und der Welt
- Tom-Mutters-Schule
- Edusquared

Entwicklungsmöglichkeiten:

Eine GWÖ Veranstaltung bei der Volksbank ist in 2014 angedacht.

C1 | ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG

Arbeitszeiten:

Es gibt 3 Arbeitszeitmodelle: In der Produktion wird im Schicht- und Teilzeitbetrieb (Aushilfen), im Bürobereich im Gleitzeit- und Teilzeitbetrieb gearbeitet. Die Gleitzeit und ein Zeiterfassungssystem ermöglicht es den Mitarbeitern innerhalb einer Kernarbeitszeit Beginn und Ende der persönlichen Arbeitszeit selbst zu bestimmen.

Arbeitsplatzgestaltung:

Die Büroräume sind nach Feng Shui aus- und eingerichtet. Es gibt einen großen hellen Aufenthaltsraum mit Kochmöglichkeit. Die Arbeitsplätze sind alle mit Tageslicht und im grünen Umfeld (am Ortsrand). Alle Arbeitsplätze sind ergonomisch ausgestattet (Tische, Stühle, Beleuchtung). Barrierefreier Zugang ist nur teilweise vorhanden (Büros sind nur über eine Treppenstufe erreichbar, alles andere ist barrierefrei). Es finden regelmäßige Kundenbesuche von Rollstuhlfahrer (Fa. Sopur). Diese benutzen den dazu vorgesehenen Eingang.

Physische Gesundheit:

Es wird kostenfrei regionales Obst für alle Mitarbeiter angeboten. Die Mitarbeiter werden zur bewussten Ernährung angehalten.

Sportangebote werden leider nicht angenommen. Potential gemeinsame Radtouren, Laufgruppen zu organisieren.

Der Gesundheitsaspekt wird in 2014 im UN-Wert Mensch Programm mit aufgenommen. Es werden zwei weitere Tage mit dem Coaching angeboten.

Psychische Gesundheit:

Teilnahme am Programm BW, Unternehmenswert Mensch hat stattgefunden. Dadurch war ein Coach eine Woche im Unternehmen und hat mit den Mitarbeitern und mir intensiv gearbeitet. Das Ergebnis ist ein betrieblicher Handlungsplan.

- Ein Teamsprecher wurde gewählt
- Einmal pro Monat finden Gruppengespräche statt oder sofort bei Anfrage
- Vortrag mit Mitarbeitern und Kunden zum Thema Stressbewältigung hat stattgefunden (ca. 40 Teilnehmer)
- Ein Küchenplan wurde erstellt
- In der Produktion wurden definierte Plätze für definierte Geräte/Materialien festgelegt
- Ein Mitarbeiter holte sich professionelle Unterstützung

Die Rückmeldungen der Mitarbeiter wurden allgemein als motivierend und positiv empfunden.

Generell wurde festgestellt dass ein Handlungsumdenken der Mitarbeiter in Bezug auf Ihre Einkaufs-, Ernährungs- und Konsumverhalten in Richtung Nachhaltigkeit und Bio stattgefunden hat.

Selbstorganisation, Zufriedenheit am Arbeitsplatz, Sinnstiftung:

Sonnendruck führt jährliche Mitarbeitergespräche mit Reflektion des Unternehmens durch. Es ist ausdrücklich erwünscht dass sich die Mitarbeiter aktiv einbringen (Verbesserungsvorschläge, Arbeitsabläufe und –gestaltung). Soweit es möglich ist werden die Wünsche der Mitarbeiter berücksichtigt. Die Fluktuationsrate liegt bei 0 % und ist damit sehr niedrig.

2013 wurde aus den Gesprächen heraus abgeleitet, ein Teamsprecher gewählt. Die Treffen mit dem Coach werden in 2014 weiter geführt. Ein Küchenplan wurden von den Mitarbeitern erstellt. Generell kann festgestellt werden, dass eine höhere Identifikation mit dem Unternehmen stattgefunden hat und das WIR Gefühl gewachsen ist.

Am Jahresende gibt es eine Weihnachtsfeier (Speyer – Domführung). Am letzten Arbeitstag vor Weihnachten werden die Werbegeschenke unter den Mitarbeitern verlost. Dazu gibt es Pizza und Sekt! Jedes Geburtstagskind bekommt ein persönliches Geschenk. 2013 wurde ein Sommerfest mit drei benachbarten Unternehmen und deren Mitarbeiter gemeinsam durchgeführt.

Gleichstellung und Gleichbehandlung: Im Produktionsbereich arbeiten 6,5 Festangestellte Männer und in der Verwaltung 3 Frauen und 2 Männer. Ein Auszubildender DruckerIn wird 2013 eingestellt, leider bewerben sich kaum Frauen. Gleichbehandlung ist derzeit nicht relevant da die Personen unterschiedliche Positionen ausüben. Gleichbehandlung ist für Sonnendruck selbstverständlich.

33 % der Beschäftigten sind „benachteiligte“ Menschen. Warmes Mittagessen in der Druckerei ist von den Mitarbeitern nicht gewünscht.

Entwicklungsmöglichkeiten:

regelmäßige Vorsorgeuntersuchung

Status Quo:

Die Arbeitsatmosphäre zeichnet sich durch ein freundliches Miteinander aus. Die MitarbeiterInnen zeigten sich mit der Arbeitsplatzqualität zufrieden. Erfreulich ist die große Zustimmung bei der von der Geschäftsführung initiierten Gemeinwohl-Orientierung des Unternehmens.

Einordnung laut Handbuch:

Die Entlohnung wird als fair empfunden. Aushilfskräfte werden deutlich über dem gesetzlichen Mindestlohn bezahlt.

Es wird versucht, auf Work-Life-Balance der MitarbeiterInnen zu achten. Es gibt drei verschiedene Arbeitszeitmodelle, die versuchen die Bedürfnisse der MitarbeiterInnen und die Erfordernisse des Betriebsablaufes zu berücksichtigen.

Bemühungen den Frauenanteil in der Druckerei / Produktion zu erhöhen blieben erfolglos. Insgesamt ist aber selbst die kleine Belegschaft von Diversität gekennzeichnet hinsichtlich Alter und Behinderung.

Hinweise | Ideen | Potentiale:

Im Unternehmen sind ausschließlich MitarbeiterInnen, die von Beginn an dabei sind (keine Fluktuation). Das lässt auf eine hohe MitarbeiterInnen-Zufriedenheit und -Motivation schließen, denn der Arbeitsmarkt in der Metropolregion Rhein-Neckar würde andere Beschäftigungsmöglichkeiten für Mitarbeiter bieten. Auch im Interview gaben sich die MitarbeiterInnen zufrieden. Eine Mitarbeiterbefragung bzw. regelmäßige Mitarbeitergespräche könnten sich weiter positiv auswirken. Dabei sind alle Beschäftigten einzubeziehen.

Fairness der Entgeltpolitik könnte thematisiert und transparent gemacht werden.

Benachteiligte Menschen mit Behinderung, Migranten, Langzeitarbeitslose:

Personen	Teil-/Vollzeit	Behindertengrad
1	Vollzeit	100 %
1	Teilzeit	100 %
1	Vollzeit	30 %
1	Teilzeit	30 %

C2 | GERECHTE VERTEILUNG DES ARBEITSVOLUMENS

Senkung der Normalarbeitszeit:

- Die Wochenarbeitszeit beträgt 40 Stunden was in der Druckbranche leider normal ist und aufgrund des großen Preisdruckes auch nicht reduziert werden kann. In Ausnahmefällen werden Überstunden geleistet (max. 10 Std.) die jedoch wieder mit Freizeit ausgeglichen wird. Drei Aushilfskräfte sind auf 400 € Basis mit 10 €/Std. beschäftigt.
- Grundsätzlich zieht Sonnendruck die Einstellung eines neuen Mitarbeiters dem Aufbau von Überstunden vor. Überstunden werden mit Freizeit ausgeglichen. Geldlicher Ausgleich findet nicht statt.
- Im März 2014 wird ein neuer Betriebsleiter eingestellt.
- Erhöhung des Anteils des Arbeitszeitmodelles:
Es sind 5 Teilzeitkräfte beschäftigt.
- Bestehende Kooperation mit anderen Druckereien um Auslastungsschwankungen abzufangen und Kooperationen auszubauen (siehe Tabelle).

Druckerei	Umsatzvolumen von Arbeitsaufträgen in 2012	Umsatzvolumen von Arbeitsaufträgen in 2013
Bayer Digitaldruck, Heidelberg	Ca. 5.000,-	Ca. 6.000,-
Offsetdruck MM HD-Wieblingen	Ca. 6.000,-	Ca. 14.000,-
Digitaldruck Körbel, Heidelberg	In 2013 entfallen, da Sonnendruck in eine neue Digitaldruckmaschine investiert hat.	Ca. 2.000,-

Austausch mit einer Bench Mark Druckerei im Nachhaltigen Bereich. Soll 2014 gestartet werden.

C3 | FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

Betriebsküche:

steht zur Verfügung wird jedoch selten genutzt. Obst wird täglich kostenfrei angeboten.

Mobilität:

Es wurde ein Hybrid Peugeot angeschafft, der ausschließlich vom Geschäftsführer genutzt wird. Ein Firmenfahrrad wurde zur Verfügung gestellt damit in der Mittagspause eingekauft werden kann. Die Mitarbeiter bevorzugen es mit dem Auto zu fahren und deshalb ist es jetzt am Wohnort.

Nach Möglichkeit werden weitestgehendst Fahrgemeinschaften gebildet. 2 Lieferfahrzeuge werden zum Ausliefern genutzt, beide sind klimaneutral; Partner ist Nature Office.

Der Geschäftsführer lebt ökologisches Verhalten seit der Übernahme vor. Bringt laufend ökologische Themen ins Unternehmen und versucht diese den Mitarbeitern zu vermitteln. Es ist ein fester Bestandteil der Mitarbeitergespräche.

FSC Schulungen wurden ab 2010 bei allen Mitarbeitern durchgeführt. Es gibt eine FSC Beauftragte im Unternehmen.

Es wurde in 2013 mit Nature Office ein ökologischer Fußabdruck erstellt für 2012.

Mediatek:

Zeitschriften wie enorm, Greenpeace, Natur, DHU, Regenwald etc. liegen im Aufenthaltsraum aus.

Entwicklungsmöglichkeiten:

GWÖ Bilanz wird mit Mitarbeitern in 2014 erstellt. Vorträge organisieren zu ökologischem Verhalten/Aspekte, Ethisches Marketing mit den Kunden.

Status Quo:

Das Umwelt-Bewusstsein der MitarbeiterInnen hat sich nach deren Aussagen durch die öko-sozial verantwortliche Unternehmensführung stark verbessert oder überhaupt erst entwickelt. Einige haben bereits ihre Ernährung umgestellt (mehr Bio, weniger Fleisch). Es gibt Bemühungen, das Mobilitätsverhalten lebensdienlich zu verändern.

C4 | GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

C5 | INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ

C4 | Gerechte Verteilung des Einkommens:

Bei Sonnendruck beträgt die innerbetriebliche Einkommensspreizung ca. das Vierfache. Der Mindestlohn von € 8,50/Std netto wird mit € 10/Std netto überschritten. Männer und Frauen haben das gleiche Gehalt.

Das Mindestgehalt liegt bei Brutto = 2.200 €
In der Druckvorstufe gab es in 2013, 5 % Gehaltserhöhung (2 Personen).
In der Druckerei und im Büro gab es bei jeweils 1 Person eine ca. 10 % Gehaltserhöhung.

Institutionalisierung:

ist nicht vorhanden. Es besteht keine Transparenz und ist auch nicht geplant.

Status Quo:

Die Einkommensspreizung liegt bei 1:4.
Eine betriebliche Altersvorsorge ist vorhanden.

C5 | Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz:

Für die Geschäftsführung ist es wichtig eine bessere interne Transparenz zu schaffen und dadurch in Folge die Mitarbeiter auch mehr in Entscheidungen mit einzubinden. Bei Neueinstellungen werden die „Kollegen“ mit gehört. Aktives Einbringen ist für die Zukunft ein Einstellungskriterium unter anderen. Investitionsentscheidungen werden mit den Mitarbeitern besprochen.

2013 wurde für März 2014 die Einstellung eines Betriebsleiters von mir alleine getroffen. Jedoch hat der neue Kollege zur Weihnachtsfeier teilgenommen und die Mitarbeiter wurden zur Person gefragt.

Alle Daten bis auf Gehälter sind offen und können auf Nachfrage eingesehen werden. Dies wurde 2013 von einer Person in Anspruch genommen.

Bei Neuinvestitionen von Maschinen sind die betroffenen Personen bei den Gesprächen mit den entsprechenden Lieferanten dabei.

Einordnung laut Handbuch:

Die Transparenz wurde verbessert; Unternehmensdaten können auf Anfrage eingesehen werden.

Bei der Einstellung des Betriebsleiters wurden die MitarbeiterInnen informiert, sie entschieden aber nicht mit.

Bei wesentlichen Entscheidungen werden alle Betroffenen im Vorfeld informiert und haben Gelegenheit, sich zu äußern.

Der neue Betriebsleiter soll als Partner in das Unternehmen einsteigen.

D1 | ETHISCHES VERKAUFEN

Hinter jeder Firma stehen Menschen. Wir betrachten jeden Kunden als Mensch. Da wir alle Menschen sind, liegt es nahe, jeder Person mit Respekt, Empathie und Ehrlichkeit verantwortungsvoll entgegenzutreten. Der Mensch steht als Kunde im Mittelpunkt.

Da nicht jeder Mensch gleich entwickelt ist, sei es persönlich, geistig oder fachlich, ohne Bewertung betrachtet, ist er dort abzuholen, wo er steht. So sind wir in der Lage, den Kunden zu verstehen und können seine Bedürfnisse unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Lage seines Unternehmens, mit ihm zusammen mit unserem fachlichen Wissen erörtern und beraten zum Wohle aller Beteiligten.

Unsere Verkaufspreise werden so kalkuliert, dass das Optimum der Kosten-/Nutzen Kalkulation angewendet wird. Das heißt, es soll eine optimale wirtschaftliche Preisgestaltung, sowohl für uns, als auch für den Kunden, realisiert werden. Überhöhten Profit lehnen wir kategorisch ab.

Für unsere Materialien sind wir stets mit unseren Lieferanten im Gespräch, um die jeweiligen Entwicklungen in Hinsicht auf die Umwelt bestmöglichst bei uns umzusetzen.

Zusammengefasst geht es uns um ein gutes menschliches Miteinander und der Auslieferung exzellenter Qualität unter der Berücksichtigung der wirtschaftlichen und kaufmännischen Aspekte, zu fairen Preisen gerecht zu handhaben, zum Wohle aller, auch der Umwelt.

Verankerung im Unternehmen:

Grundkonzept ist fester Bestandteil im Unternehmen (GF und Vertrieb), es ist aber noch nicht schriftlich veröffentlicht (Homepage).

Status Quo:

Faire Preisgestaltung; Mensch/Kunde steht im Mittelpunkt; ehrliches Bemühen auf Kundenbedürfnisse einzugehen und dabei das Wohle aller im Auge zu behalten.

Schulung ethisches Verkaufen:

Es wurden noch keine Schulungen besucht, ist aber Grundeinstellung von uns.

Alternative Bonifikation:

Es wird ein Grundgehalt unabhängig der Verkaufszahlen bezahlt.

Produkttransparenz:

Ist über unsere Homepage gegeben. Keine bisherige aktive Zusammenarbeit mit VerbraucherInnenschutz möglich, da dies in unserem Bereich nicht existiert.

Reklamationswesen:

Ein Reklamationsprozess ist seit mehreren Jahren etabliert und ISO zertifiziert.

Einordnung laut Handbuch:

Das Konzept „Ethisches Verkaufen“ ist seit 2013 auf der Homepage (Gemeinwohl-Bericht) veröffentlicht. Aufgrund von Gemeinwohl-Ökonomie Veranstaltungen wurden gleichgesinnte Kunden gefunden. Bisher mussten keine Kunden abgewiesen werden, da der Auftritt von Sonnendruck GmbH einen entsprechend ähnlich denkenden Kreis anspricht.

- Keine Kunden aus der Atom- und Rüstungsindustrie.
Keine Kunden aus Waffenherstellung und –handel.
- Bevorzugt Kunden aus der Region.
- ISO-zertifiziertes Service-Management
- Aktive Kundenkommunikation
- Transparenz im Serviceprozess

Hinweise | Ideen | Potentiale:

Besonders positiv hervorzuheben ist die Strategie: „Tue Gutes und rede davon!“. Die Gemeinwohl-Philosophie des Unternehmens Sonnendruck GmbH wird den KundInnen im Gespräch erläutert. KundInnen werden auf ökologische Alternativen hingewiesen (es wird z. B. die Verwendung von Recyclingpapier empfohlen).

Ethische Aspekte der Druckprodukte könnten auf der Internetseite und in Marketing-Maßnahmen noch deutlicher hervorgehoben werden. Es könnte eine Art Wertekatalog erstellt werden, um die ethische Kundenbeziehung zu verstärken.

D2 | SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Durch die offene Berichterstattung z. B. GWÖ-Bilanz werden alle Interessierten über Ziele, Zahlen, Daten und Fakten informiert. In Deutschland gibt es nur zwei Druckunternehmen dieser Art und Sonnendruck hat sich damit zu einer klaren Strategie der Transparenz, Kooperation und neue Wege entschieden. Die Druckbranche ist überdurchschnittlich kompetitiv, zum einen weil mehr und mehr die Neuen Medien Einzug halten, die bedruckten Medien weniger werden aber auch eine starke internationale Konzentration am Markt stattfindet.

Offenlegung von Informationen:

Bilanz wird veröffentlicht, Maschinenpark ist transparent über die Homepage. Durch das „ausleihen“ von Mitarbeitern werden auch Abläufe und Technologien weitergegeben. Maschinenpark ist auf der Homepage veröffentlicht.

Weitergabe von Arbeitskräften und Aufträgen; kooperative Marktteilnahme:

Es ist schon vorgekommen, dass wir Mitarbeiter „ausleihen“ oder schnell einmal einspringen, wenn bei einem Mitunternehmen etwas im Argen ist, als Kollegenhilfe. Kundenschutz ist selbstverständlich. Wir kooperieren mit ausgewählten Mitunternehmen, vergeben z. B. gegenseitig Druckaufträge, um für den Kunden stets die wirtschaftlichste optimale Lösung zu finden.

Kooperatives Marketing:

Den Mitunternehmen begegnen wir stets mit Respekt und Fairness. Wir reden sie nicht schlecht, um an Aufträge zu kommen. Wir geben Informationen, sofern sie kein „Internes“ betreffen, stets gerne weiter.

Entwicklungsmöglichkeiten:

Anfrage zur Kooperation mit Lokey Druckerei in 2014 stellen. Aktueller Besuch bei Lokey hat im Juni 2014 stattgefunden. Bisher ohne Resonanz.

Status Quo:

Offene Berichterstattung durch Gemeinwohl-Bericht und -Bilanz. Andere Druckereien werden nicht als Konkurrenten im Sinne von Gegnern, sondern als Mitbewerber und Partner gesehen.

Hinweise | Ideen | Potentiale:

Kooperation/Auftragsweitergabe nur mit/an öko-sozial verantwortlich arbeitende Mitunternehmen. Evtl. gemeinsamer Internetauftritt/gemeinsames Marketing für nachhaltige gemeinwohl-verantwortliche Produkte und Dienstleistungen.

D3 | ÖKOLOGISCHE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Sonnendruck hat es sich zum Ziel gesetzt nicht nur Klima neutral zu produzieren sondern auch Druckprodukte zu entwickeln die bedenkenlos in den natürlichen Kreislauf rückgeführt werden können. Deshalb müssen diese Produkte nicht nur kompostierbar, sondern auch völlig schadstofffrei sein. Daraus folgt dass alle Substanzen zu überprüfen und gegebenenfalls zu ersetzen sind.

Effizienz, Resilienz und Konsistenz meiner Dienstleistungen:

FSC Papiere werden bevorzugt eingesetzt und der Kunde wird aktiv angesprochen diese zu verwenden. FSC-Schulungen und FSC-Beauftragte sind fest in den Prozessen installiert. Es wird klimaneutral produziert.

Suffizienz:

Das Unternehmen setzt sich in ersten Schritten mit suffizienten / potentiell schädlichen Anwendungsgebieten seiner Produkte aktiv auseinander.

Sonnendruck beliefert niemanden der im Bereich Atomenergie oder Waffenhandel tätig ist. Regionale potentielle Kunden werden aktiv gesucht. 2012 konnten neue Kunden im Biobereich und mit nachhaltiger, ökologischer Firmenphilosophie gewonnen werden.

Kommunikation mit KundInnen:

Sonnendruck bietet den Kunden 100 % Recyclingpapier und FSC-Papier aktiv an. An einer Broschüre wird derzeit gearbeitet und soll im März fertig gestellt sein.

In 2013 wurde ca. 17 % des Umsatzes, mehr in Recyclingpapieren ausgeliefert. Dies wurde durch intensive Gespräche mit den Kunden erreicht.

Entwicklungsmöglichkeiten:

Austausch mit GWÖ Unternehmen in C2C, Zusammenarbeit mit Umweltforschungsinstitut EPEA Hamburg, extra Preisgestaltung für ökologischere Klein-KundInnen und Firmengründer.

Hinweise | Ideen | Potentiale:

Kunden-Bonus-Angebot für ressourcenschonendes Kaufverhalten.

D4 | SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Sonnendruck ist eine Auftragsdruckerei und ist bemüht jeden Auftrag zum Optimum für den Kunden auszuführen. Alle Kunden werden gleichwertig behandelt. Bisher mussten wir wegen den Inhalten unserer Produkte und unseren Werten noch keinen Auftrag ablehnen. Werte orientiertes Verhalten und Handeln prägt unser Tun.

Ökonomische Barrieren:

Sozial benachteiligte Kunden oder EPU's die im Dienste der Menschheit arbeiten werden unterstützt durch niedrige Preise bis zu ohne Bezahlung. Allerdings sind dies Einzelfälle auf Anfrage. Es entspricht ca. 0,2 % des Umsatzes in 2012.

Barrierefreie Zugänge:

Physisch: Ein barrierefreier Zugang zu allen Büroräumen und auch in die Produktion ist gegeben.

Intellektuell: In unserer Unternehmensphilosophie beschreiben wir dass wir uns auf unseren Kunden einstellen und sie dort abholen wo sie sind.

Ethische Risiken in KundInnenpäre:

Wir haben keine Geschäftsbeziehungen mit ethisch kritischen KundInnengruppen ⇒ Auftragsablehnung.

Hinweise | Ideen | Potentiale:

Die Sonnendruck GmbH könnte zukünftig Sonderkonditionen für sozial benachteiligte Kunden, die gemeinwohldienlich arbeiten, auf ihrer Homepage sichtbar machen.

Angebot mehrsprachig ausbauen für fremdsprachige Minderheiten.

D5 | ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

2010 entstand Sonnendruck als das Nachfolgeunternehmen von Stolinski-Föhringer GmbH. Eine aktive Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit gibt es seit 2010. Seit der Übernahme ist Sonnendruck bestrebt so umweltfreundlich wie möglich zu produzieren.

Seit 2011 ist die Produktion klimaneutral. Durch die aktive Mitarbeit bei „dem grünen Unternahmertreffen“ und der GWÖ tragen wir zu einer Erhöhung des sozialen und ökologischen Beitrages bei.

Fachstandards:

Klimaneutrales Drucken wird aktiv kommuniziert.

Legislative Standards:

Sonnendruck setzt sich aktiv für die Verbreitung der GWÖ ein und ist Gründungsmitglied und Pionierunternehmen des Energiefeldes Rhein/Neckar. Sonnendruck engagiert sich aktiv für die Vergabe von fairen und ökologischen Druckmaterialien aus öffentlicher Hand innerhalb des grünen Tisches mit Landes- und Bundespolitikern.

Reichweite/inhaltliche Tiefe:

Soziale und ökologische Aspekte sind betroffen. Z. B. werden die Entscheidungsfaktoren zur regionaler Vergabe öffentlicher Aufträge überarbeitet und sind nicht nur preisgetrieben.

2013 wurde von Sonnendruck die GWÖ auf folgenden Veranstaltungen vorgestellt:

- UN Abend Weinheim
- Markt der Möglichkeiten – Empört Euch, Mannheim
- Fair Trade Woche, Mannheim
- Gewerkschaftshaus, Mannheim

Entwicklungsmöglichkeiten:

Als Pionierunternehmen GWÖ Veranstaltungen durchführen. Geplant sind CSR-Frühstücke der IHK bei Sonnendruck, SAP Walldorf, UN Abend in F mit satis&fy, vhs Heilbronn mit Christian Felber.

E1 | SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE/DIENSTLEISTUNGEN

Information über Printmedien leisten einen wesentlichen Beitrag für sinnvolle Produkte, Dienstleistungen und Botschaften unter den Menschen zu verbreiten. Sonnendruck will mit den Möglichkeiten eines modernen Kommunikationsdienstleisters dazu beitragen, das Wahre und Wertvolle unserer Erde zu dokumentieren und die Menschen zu informieren.

Unternehmensinterner Zugang:

Negative Produktwirkungen sind auszuschließen. Alle 2 Wochen gibt es eine interne „Marketingrunde“ bei der ich meine Werte und Ziele kommuniziere und protokolliere.

Durch die GWÖ wurde eine größere Sinn- und Wahrhaftigkeit meines Tuns und des Unternehmens erreicht.

IHK Heilbronn: Sabine Schmälzle
IHK Rhein-Neckar: Annegret Rupp
(Glückwünsch zu einer – wieder mal – sehr gelungenen Veranstaltung!)

Positiver KundInnennutzen:

Ca. 30 % der Druckprodukte die Sonnendruck herstellt dienen dem Bedürfnis der Weiterentwicklung, Wissensvermittlung, Transparenz und Leichtigkeit zu erfüllen.

Beispiele sind: Bedienungsanleitungen von Rollstühlen, Produktinformationen für Gesundheitswesen. (Sunrise Medical - Malsch, DKFZ - Heidelberg, Becton Dickinson - Heidelberg).

Bürobedarf: Akzidenzen wie Briefbogen, Visitenkarten, Versandhüllen.

Werbematerial: Broschüren, Folder, Flyer, Plakate.
Jahresprogramm für Buddhistisches Zentrum Heidelberg

Sozial- Kulturverträglichkeit:

Die Produkte und Dienstleistungen tragen zum Erfolg unserer Kunden bei. Sie haben die bestmögliche Qualität um das Kundenziel zu erreichen. Die Produkte leisten ökologischen Bensch Mark.

Beispiele von Druckerzeugnissen sind:
Bücherproduktion für Musik-Verlag sowie Fremdsprachen-Verlag.

Drucken für Kinderhilfswerk HD, Bürgerstiftung Wiesloch, Sozialstation Wiesloch, SPHV (Verein für Eingliederungshilfe).

Naturverträglichkeit:

Hinsichtlich ökologischer Aspekte glaube ich, dass ich aufgrund meiner Ausführungen an den unterschiedlichsten Stellen in diesem Bericht über den Branchendurchschnitt bin. Ein wesentliches Merkmal dafür ist die klimaneutrale Produktion.

Entwicklungsmöglichkeiten:

Cradle to Cradle wurde in 2014 verschoben, Reduktion von herkömmlich produziertem Papier weiter erhöhen, jährliche Reflektion meines Tuns über die GWÖ-Bilanz.

Hinweise | Ideen | Potentiale:

Es könnten konkrete Ausschlusskriterien formuliert werden:
Wann wird ein Auftrag abgelehnt?

Die gesamte Produktpalette könnte unter ökologischen und sozialen Aspekten analysiert werden: Bestandsaufnahme, Evaluierung ethischer Aspekte, Bewusstsein beim Kunden schaffen/stärken (auch ->D1), Messen der Wirksamkeit.

E2 | BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Mein Beitrag in Form von Leistungen:

0,5 % des Umsatzes ist 2013 an soziale Einrichtungen gespendet worden. Sonnendruck produzierte (0,01 % ohne Berechnung für:

- Kinderhilfswerk Heidelberg
- Gehörlosenschule Neckargemünd
- Regionale Kindergärten (Papierspenden)
- Bürgerstiftung Wiesloch
- Amnesty International Wiesloch

Messbare Wirkungen:

Vereinzelte Maßnahmen mit vorwiegendem Symbolcharakter werden durchgeführt, z. B. Anfrage einer Spieleproduktion (Energiespiel; regenerative Energie wird im Vergleich und im Umgang mit Energie erklärt) weil sie die nachhaltige Firmenphilosophie und die Sonnendruck Werte übers Internet gelesen haben. Eigentlich ist Sonnendruck kein Spielehersteller und dennoch produzieren wir das Produkt weil es hier um die Inhalte und Werte geht.

Entwicklungsmöglichkeiten:

Evaluation der Wirkungen durch Kooperation mit GWÖ Unternehmen.

E3 | REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Absolute ökologische Auswirkungen:

89.332 t in CO₂ wurden mit 127 Aufträgen im Jahr 2013 neutralisiert.

Die Erfassung und Auswertung wird jährlich erarbeitet.

relative CO ₂ Emissionen (in %) für	Vergleichsdruckerei	Sonnendruck GmbH
Energie	17,500	4,730
Mitarbeitermobilität	2,960	1,850
Geschäftsreisen & Fuhrpark	2,400	0,050
Papier	62,570	77,470
Anliefer & Lieferantenlogistik	3,290	3,310
Druckformen	6,180	10,290
Farben, Lacke, Lösungsmittel, Hilfsstoffe und Verpackungsmaterialien	4,090	0,840
Abfall & Recycling	1,010	1,460



Kurze Auswertung:

- Der Anteil der Papieremissionen an den Gesamtemissionen ist bei der Sonnendruck GmbH mit 77,47 % deutlich höher als bei der Vergleichsdruckerei. Daraus lässt sich ein deutlich effektiverer Einsatz aller notwendigen Ressourcen ableiten, denn die Papiermenge und die damit verbundenen Emissionen sind immer vom Kunden bzw. vom gedruckten Objekt abhängig.
- Die durch die Druckerei bzw. den Prozess beeinflussbaren Emissionen (Gesamtemissionen - Papieremissionen - Mitarbeitermobilität) sind bei der Druckerei Sonnendruck GmbH um fast 40 % geringer.
- Der vergleichbar geringe Anteil an Emissionen in der Kategorie Energie bei der Sonnendruck GmbH ist durch den sparsamen Einsatz von Ökostrom zu erklären.

Relative ökologische Auswirkungen:

Im Branchendurchschnitt ⇒ Klimaneutrales Drucken ⇒ Geld für Projekten zur Co₂ Reduktion, Ökostrom,

Geschäftsfahrzeug: Kilometer/Jahr = 15.000 km davon 9.000 km von der Arbeit zum Wohnort und 6.000 km für Geschäftsreisen. Geschäftsreisen werden ausschließlich mit dem PKW erledigt.

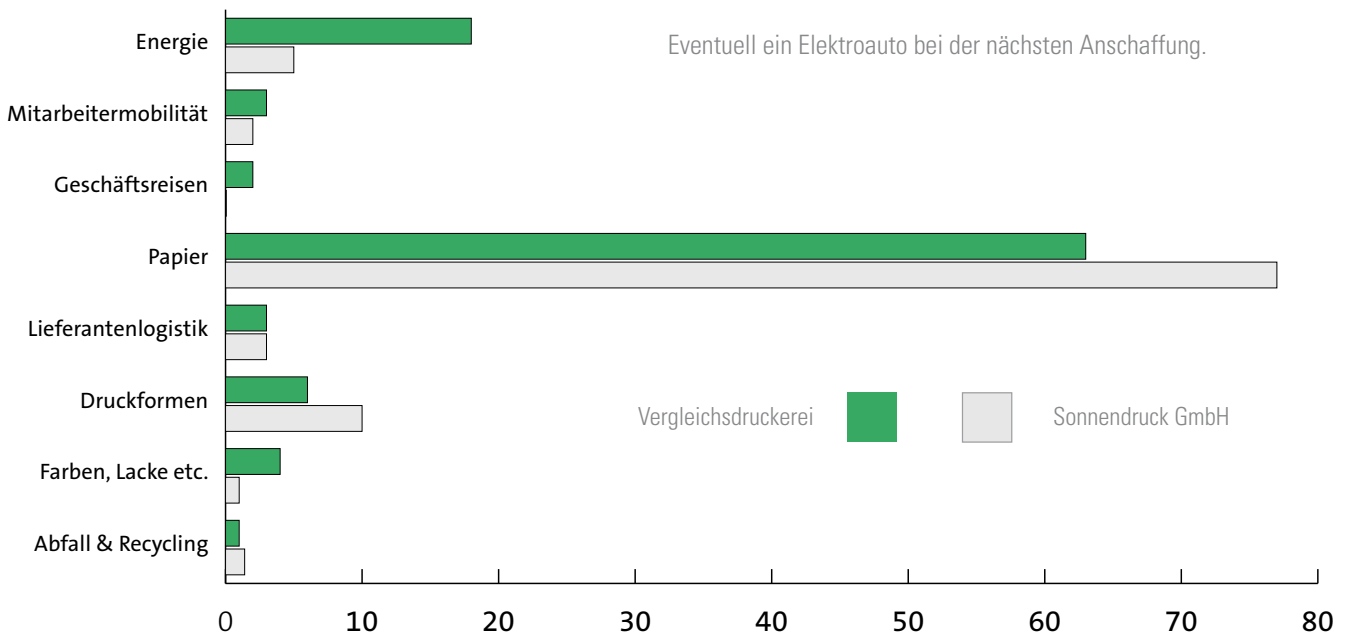
Aufklärungsarbeit (Gespräche) um Kunden zu überzeugen, auf Recyclingpapier/FSC Papier umzustellen bzw. Klimaneutral drucken zu lassen.

Aktive Aufforderung an unsere Lieferanten uns nachhaltige und umweltschonende Produkte zu liefern.

Solkollektoren auf dem Dach werden vom Vermieter nicht erlaubt. Umrüsten der Lichtröhren auf LED Lampen hat in 2013 komplett stattgefunden.

Entwicklungsmöglichkeiten:

Eventuell ein Elektroauto bei der nächsten Anschaffung.



E4 | MINIMIERUNG DER GEWINNAUSSCHÜTTUNG AN EXTERNE E5 | GESELLSCHAFTLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

E4 | Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe:

Derzeit werden keine Gewinnausschüttungen getätigt sondern alles in Sonnendruck reinvestiert.

E5 | Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung:

Transparenz des Unternehmens:

Inhaltlich: Vollständig transparent über die Homepage.

Reichweite Berührungsgruppen: aktive Transparenz über Internet, Druckverband, Visitenkarten, Beschilderung, Infos an Kunden und potentielle Kunden.

Reichweite Standorte: (es gibt nur einen)

Der zweite GWÖ Bericht 2013 enthält bereits eine vertiefte Auseinandersetzung mit allen beschriebenen Kriterien. Er wurde aus meiner intrinsischen Motivation erstellt da ich an einer Weiterentwicklung aktiv mitgestalten will.

Alle Berichte werden nach der Auditierung auf der Homepage veröffentlicht und in Vorträgen aktiv vorgestellt.

Mitbestimmung beim Unternehmen durch Gesellschaft/Berührungsgruppen:

Aktive Aufforderung an meine Mitarbeiter, interne nachhaltige Verbesserungen im Betriebsablauf oder Einkauf einzubringen. Dokumentiert in den Mitarbeitergesprächen. Fester Verbesserungsprozess ist implementiert und in ISO 9000 beschrieben. 2013 wurden sieben Verbesserungsvorschläge eingereicht und umgesetzt.

Entwicklungsmöglichkeiten:

Beteiligungsmöglichkeiten der GmbH von Mitarbeitern grundsätzlich erwünscht und wird bei Nachfolgebeseetzungen aktiv angesprochen.

UNTERNEHMENSINTERNE BERECHNUNG (TESTAT)

GEMEINWOHL-BILANZ 2013

WERT BERÜHRUNGS-GRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung und Transparenz
------------------------	---------------	-------------	----------------------------	-----------------------	---

A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				36 von 90
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				6 von 30
C) MitarbeiterInnen inkl. EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	C3: Förderung des ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz
	36 von 90	20 von 50	12 von 30	36 von 60	9 von 90
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen	D1: Ethisches Verkaufen	D2: Solidarität mit Mitunternehmen	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards
	15 von 50	21 von 70	27 von 90	6 von 30	6 von 30
E) Gesellschaftliches Umfeld	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL	E2: Beitrag zum Gemeinwesen	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4: Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung
	18 von 90	12 von 40	42 von 70	48 von 60	9 von 30

Sonnendruck GmbH,
Auditor: Regina Sörgel

BILANZSUMME: 359

TESTAT : AUDIT

**GEMEINWOHL-
BILANZ 2013**

für Sonnendruck GmbH
AuditorIn Regina Sörgel



WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestim- mung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				40 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				20 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	C3: Förderung ökologischer Verhaltens der MitarbeiterInnen	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmer	D1: Ethische Kundenbeziehung	D2: Solidarität mit Mitunternehmer	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D4: Soziale Gestaltung der Produk- te und Dienstleistungen	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souve- rän, zukünftige Genera- tionen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL	E2: Beitrag zum Gemeinwesen	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung
Negativ-Kriterien	Verletzung der ILO- Arbeitsnormen/ Menschenrechte Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen	Feindliche Übernahme Sperrpatente Dumpingpreise	Illegitime Umweltbelastungen Verstöße gegen Umweltauflagen Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte)	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn Umgehung der Steuerpflicht	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter Verhinderung eines Betriebsrats Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister Exzessive Einkommens- spreizung
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	20 %	30 %	60 %	80 %	30 %
	40 %	40 %	40 %	60 %	10 %
	30 %	30 %	30 %	20 %	20 %

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Matrix 4.1. Nähere Informa-
tionen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf www.gemeinwohl-oekonomie.org

Testat gültig bis 31.10.2016

BILANZSUMME 359

AUSBLICK

Kurzfristige Ziele:

In 2014 die Kapazitätsauslastung um 10 % erhöhen, den Umsatz auf 1,5 Mio € halten und den Gewinn in die Anschaffung einer neuen Druckmaschine zu investieren. Eine externe Gewinnausschüttung ist nicht vorgesehen.

Langfristige Ziele:

In Cradle to Cradle einarbeiten und eventuell bei Sonnendruck einführen und umsetzen.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz:

- Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz vom Unternehmen involviert?
- Welche Stakeholder waren involviert?

Name + Position / Verbindung zum Unternehmen:

Uwe Treiber, Geschäftsführer

Susanne Jung, ISO Beauftragte, Daten Sicherheitsbeauftragte, Assistentin der Geschäftsführung

Über welchen Zeitraum wurde beides erstellt?

Mai/Juni 2013

Wie viele Frau / Mann-Arbeitsstunden wurden dafür verwendet?

Uwe Treiber = ca. 15 Std.

Susanne Jung = ca. 5 Std.

Ulrike Häußler = ca. 10 Std.

Wie wurde die Bilanz intern kommuniziert?

Sonnendruck wird die Bilanz auf einer eigens dafür vorgesehenen Betriebsversammlung vorstellen.

Extern wird sie im Energiefeld Rhein/Neckar und auf GWÖ Veranstaltungen präsentiert und im Internet veröffentlicht.

Datum: 26.09.2014

NOTIZEN

A large grid of graph paper for taking notes, consisting of 20 columns and 30 rows of small squares. The grid is positioned below the 'NOTIZEN' header and is intended for handwritten notes.



Ludwig-Wagner-Straße 16 | 69168 Wiesloch
Tel.: 06222 / 30728-0 | info@sonnendruck.com
www.sonnendruck.com