

Gemeinwohlbericht 2014



✱ Ein Gemeinwohl-Bericht: Was, wozu und wie?

WAS

Mit der Gemeinwohl-Bilanz misst ein Unternehmen (privat oder öffentlich, gemeinnützig oder gewinnorientiert, groß oder klein, jeder Branche) seinen Beitrag zum Gemeinwohl einer demokratischen Gesellschaft. Konkret legt es Rechenschaft darüber ab, wie sehr es die fünf wichtigsten Verfassungswerte demokratischer Staaten lebt: Menschenwürde, Solidarität, Nachhaltigkeit, Gerechtigkeit und Demokratie. Dafür kann es maximal 1.000 Gemeinwohl-Punkte erzielen, die in Zukunft in Form einer 5-farbigem Gemeinwohl-Ampel auf seinen Produkten aufscheinen könnte. Je besser das Gemeinwohl-Bilanz-Ergebnis, desto größer sollen in Zukunft die rechtlichen Vorteile für dieses Unternehmen sein: Vom reduzierten Mehrwertsteuersatz über niedrigere Zolltarife bis zum Vorrang beim öffentlichen Einkauf.

WOZU?

Die Erstellung einer Gemeinwohl-Bilanz bietet folgenden Nutzen:

Sinnstiftung: Die Auseinandersetzung mit der GWÖ kann einer Organisation helfen, den eigenen Sinn und Daseinszweck wieder zu finden: Was ist der Zweck des Unternehmens und wie trage ich damit zum Gemeinwohl bei?

Organisationsentwicklung: Der ethische 360-Grad-Blick schafft Bewusstsein darüber was ein Unternehmen konkret tut und wie es in allen Bereichen ein höheres Maß an Verantwortung und Werttreue leben kann.

Status-quo-Erhebung und Kontrolle: Mit dem Gemeinwohl-Bericht wird der aktuelle „ethische Status quo“ dokumentiert. Durch eine Peer-Evaluierung* oder durch ein externes Audit erhält das Unternehmen eine kritische Außen-sicht.

Transparenz gegenüber allen Berührungsgruppen: Eine Gemeinwohl-Bilanz bietet umfas-

sende Einblicke in ein Unternehmen und kann helfen, neue KundInnen/MitarbeiterInnen zu gewinnen.

Pionierrolle: Die Bilanz-Unternehmen wirken aktiv an der Realisierung eines alternativen Wirtschaftssystems mit.

Netzwerk und Synergien: Mit der Erstellung erhält das Unternehmen Zugang zu einem Netzwerk „Gleichgewillter“ und kann mit diesen umfassend kooperieren, vom Know-how-Teilen über Kredite bis zur eigenen Währung.

WIE?

Im Gemeinwohl-Bericht wird anhand von 17 Indikatoren die gelebte Gemeinwohl-Praxis beschrieben. Die Leitfrage für jeden Indikator lautet:

„Wie lebe ich den Wert im Kontakt mit der Berührungsguppe? Was wird in meinem Unternehmen konkret dafür getan?“

Dabei soll der Ist-Zustand so beschrieben werden wie er ist, auch jenseits der konkreten Abstufungen.



DRUCKEREI **NIENSTEDT** GMBH

Bargkoppelweg 49
22145 Hamburg

Telefon (040) 679 449-0

Telefax (040) 679 12 71

E-Mail info@druckerei-nienstedt.de

www.druckerei-nienstedt.de

*Bewertung durch andere auditierende Unternehmen

✖ Unternehmen

Allgemeine Informationen

- Firmenname: Druckerei Nienstedt GmbH
- Branche: Druckerei
- Anzahl der MitarbeiterInnen (Vollzeitäquivalent 40 Stunden/Woche): 9,7 Leute
- Umsatz: 1.527.000 €
- verbundenes Unternehmen (Betriebsaufspaltung): Albert Ferd. C. Nienstedt e.K.
- Sitz und Homepage: Hamburg, www.druckerei-nienstedt.de
- Berichtszeitraum: 2014

Tätigkeitsbereich

Wir sind eine moderne und inhabergeführte Bogenoffset-Druckerei mit Produktionsstandort in Hamburg, die für gewerbliche Kunden Geschäfts- und Werbedrucksachen herstellt.

Im Jahr bedruckt das Unternehmen ca. 146t Papier, hauptsächlich Offset-, Recycling- und gestrichene Bilderdruckqualitäten. Aber auch Haftpapiere, Verpackungen und selbstdurchschreibende Materialien werden verarbeitet.

Wir beraten unsere Kunden über die Materialien, prüfen die Realisierbarkeit, ermitteln die Produktionskosten, erzeugen Druckdaten oder prüfen und überarbeiten gelieferte Daten in Hinblick auf die Druckfähigkeit. Drucken, veredeln und verarbeiten die Druckerzeugnisse. Wir liefern, versenden oder lagern die fertigen Produkte.

Dabei wird großen Wert auf eine kundenorientierte Beratung, hohe Produktqualität, schnelle Lieferfähigkeit und eine umweltschonende Produktion gelegt.

Unsere Geschäftsbeziehungen sind auf eine langfristige Zusammenarbeit ausgerichtet.

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Geschäftsdrucksachen	38%
Werbedrucksachen	42%
FSC-zertifizierte Aufträge (ausgewiesen)	9%
Sonstige Produkte/Leistungen	11%



Das Unternehmen und Gemeinwohl

Das Umweltbewusstsein hat eine hohe Priorität bekommen, auch bei Drucksachen.

Die Papier- und Zellstoffindustrie rangiert weltweit auf Platz vier der industriellen Erzeuger von CO₂-Emissionen. Durch die Auswahl des Papiers und anderer Materialien trifft die Medienproduktion daher ein hohes Maß an Verantwortung für das Klima.

Unsere Aufgabe ist es, die Bedürfnisse unserer Kunden nach den optimalen Druckprodukten zu befriedigen und zugleich dabei die Produktion und Materialien in Hinblick auf Nachhaltigkeit für die Umwelt zu erfüllen.

Wir setzen auf eine Vermeidung von CO₂, indem wir Ökostrom aus nachhaltigen Energiequellen beziehen. Durch das von uns favorisierte wasserlose Offsetdruckverfahren werden zudem VOC-Emissionen verhindert und wir setzen möglichst Materialien ein, die umweltschonend und nachhaltig produziert werden (Recycling und FSC-zertifizierte Papiere).

Durch den Einstieg in den wasserlosen Offsetdruck produzieren wir wesentlich umweltgerechter und ökonomischer als mit dem in Deutschland vorherrschenden Nassoffsetdruckverfahren.

Am 11. März 2008 wurde uns als 1. Anwender in Deutschland das ER-WLO-Logo durch die EWPA mit Zertifizierung der Berufsgenossenschaft Druck & Papierverarbeitung (in BG ETEM aufgegangen) verliehen.

Wir sind mit dieser Technologie die ersten und einzigen in Hamburg und gehen damit neben der umweltorientierten Produktion auch konsequent auf Marktanforderungen nach kürzerer Lieferzeit und kleineren Auflagen bei höherer Produktgüte ein.

Der Betrieb nahm 2008 am Ökoproofit der Stadt Hamburg teil. Weitere Effizienzmaßnahmen wurden gefunden und umgesetzt.

Fördern tun wir seit 2010 den Nestwerk e.V., eine Hamburger Initiative für Jugendarbeit, um benachteiligten oder vernachlässigten Kindern eine bessere Startmöglichkeit in Ihr Berufsleben zu ermöglichen.

Warum nun das Interesse an der Gemeinwohlökonomie?

Die Druckindustrie befindet sich in einem strukturellen Wandel. Immer öfter werden Informationen über digitale Medien statt über Papierträger verbreitet. Zudem wurde durch die Erfindung der „Internetdruckerei“ eine starke Industrialisierung der Druckindustrie in Gang gesetzt. Die bisher in kleinen mittelständischen Betrieben organisierte deutsche Druckindustrie verliert zunehmend an Bedeutung.

Auch unser Betrieb ist betroffen. Die Aufträge sinken, die Preissituation für Drucksachen ist durch Überkapazitäten im Markt belastet. Alle Rationalisierungen und Effizienzmaßnahmen wurden durchdacht und umgesetzt.

Die Arbeitsbelastung ist für die Mitarbeiter gestiegen, Existenzängste werden wach durch die vielen Insolvenzen in der Branche. Ein „weiter so, wie bisher“ wird nicht lange funktionieren.

Die Gemeinwohlökonomie bietet hervorragende Lösungen für die Probleme unserer Zeit. Das Überdenken der eigenen Werte und Handeln und den Blick auf „neue“ gemeinwohlorientierte Ziele könnte die persönliche Zufriedenheit wiederherstellen.

Unser Unternehmen wandelt sich und will die Mitarbeiter und Kunden dabei mitnehmen.





TESTAT : PEER EVALUIERUNG

**GEMEINWOHL-
BILANZ 2014**

für Druckerei Nienstedt GmbH
Begleitet von Gerd Lausermann / Holger Stöckle

BERÜHRUNGSGRUPPE	WERT	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) Lieferantinnen		A1: Effizientes Beschaffungsmanagement				50 %
B) GeldgeberInnen		B1: Ethisches Finanzmanagement				20 %
C) MitarbeiterInnen / Individue / EigentümerInnen		C1: Arbeitsqualität und Gleichstellung 40 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 50 %	C3: Förderung ökologischer Verhaltens der Mitarbeitenden 20 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 50 %	C5: Inbetriebliche Demokratie und Transparenz 30 %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmer		D1: Ethische Kundenbeziehung 50 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmer 60 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 60 %	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 30 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 20 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Regionen, Sektoren, zukünftige Generationen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur		E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 70 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 10 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 50 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 20 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 10 %
Negativ-Kriterien		Vermeidung der LO-„Arbeitsrisiken“ Menschenwürde Menschenwürdige Produkte, z.B. Trennmittel, Aluölzinn, GAO Beziehung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen.	Fairliche Übernahme Spenden Dumppreis	Illegitime Umweltauswirkungen Verstöße gegen Umweltauflagen Geplante Ökotoxizität Buntes Lebensbrot der Produkte	Abweichendes Fehlverhalten seitens des Unternehmens Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung bei Gewinn Umgehung der Steuerpflicht Ungemessene Verdrehung für nicht mitarbeitenden Gesellschaftler	Mitbestimmung aller Beteiligten und leichter Widerruf eines Betrags Mitbestimmung aller Franchisenehmer / Eintragung in das D-U-Loosungster Ethische Einkommensverteilung

Mit diesem Testat wird die Peer-Evaluierung der Gemeinwohl-Bilanz des Testatgebers durchgeführt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Messung 4.1. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf www.gemeinwohl-oekonomie.org

Testat gültig bis 30.04.2017

BILANZSUMME 428

✖ **Negativkriterien**

Wir können bestätigen, dass wir keines der Negativkriterien erfüllen.

Negativkriterium	Kann ich bestätigen	Kann ich nicht bestätigen
Keine Verletzung der ILO-Arbeitsrechtenormen/ Menschenrechte	Ja	
Keine menschenunwürdige Produkte	Ja	
Keine Beschaffung bzw. Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen	Ja	
Keine feindliche Übernahme	Ja	
Keine Sperrpatente	Ja	
Keine Dumpingpreise	Ja	
Keine Illegitime Umweltbelastungen	Ja	
Keine Verstöße gegen Umweltauflagen (z.B. Grenzwerte)	Ja	
Keine geplante Obsoleszenz	Ja	
Kein arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens	Ja	
Kein Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung trotz Gewinn	Ja	
Keine Umgehung der Steuerpflicht	Ja	
Keine unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitende Gesellschafter	Ja	
Offenlegung aller Beteiligungen und Tochterunternehmen	Ja	
Keine Verhinderung eines Betriebsrates	Ja	
Offenlegung aller Finanzflüsse an Lobbyisten und Lobby-Organisationen / Eintragung ins Lobbyregister der EU	Ja	
Keine exzessive Einkommensspreizung	Ja	

✦ **Genauere Beschreibung der einzelnen Kriterien**

A1 Ethisches Beschaffungsmanagement

Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen

Ausgabenposten	% der Ausgaben Sonst. A.	Erläuterung
Miete + Pacht	38 %	Betriebsaufspaltung
Strom	7 %	Greenpeace Energy 100 % Ökostrom, ist auch Kunde bei uns
Gas	1,5 %	regionaler Anbieter
Wasser	0,5 %	regionaler Anbieter
Reinigung	4,5 %	Gebäudereinigung, regionaler Anbieter, zahlt Tariflöhne
Ausgangsfrachten	16,5 %	MH-Transporte, KMU. Inline Kurier als Ergänzung und PF Transporte (regionaler Tagespaketdienst). UPS und TM-Logistik (DHL) für nationale Versendungen.
Reparaturen	11 %	Durch die Maschinen Hersteller KBA + Heidelberger. HRW für Kälteanlagen, KMU
Versicherungen	6 %	Über ein regionales Maklerbüro, KMU
Buchführungskosten	3,5 %	Steuerberater, regionaler Berater, KMU
KFZ-Kosten	3 %	Hersteller Volvo, BMW, VW, Renault, freie Autowerkstatt, Tankstellen
	% der Ausgaben Materialaufwand	
Papier + Kartonagen	75 %	Igepa Michaelis, Papier Union; Papyrus, Antalis, Deutsche Papier, Römerturm: alle Papiergroßhändler aus Deutschland, alle FCS- und PEFC-zertifiziert
Druckplatten Torray	8 %	Marks3zet, Deutschlandvertrieb der japanischen Druckplatte

Druckplatten AGFA, Drucklack und Druckchemie	6 %	regionaler Händler, KMU
Druckfarbe Torray-Platten	3 %	Familienbetrieb, KMU
Stanzwerkzeuge	2 %	regionaler Familienbetrieb, KMU
Druckfarbe AGFA-Platten	1 %	Hartmann Druckfarben gehört zu Sun Chemical, großes US Chemieunternehmen, wir werden von einem Franchise-Betrieb (KMU) beliefert.
Waschmittel	0,5 %	Böttcher, Mittelstandsbetrieb
	% der Ausgaben Leistungen	
Fremddruckereien	38 %	11 Druckereien, hauptsächlich regionale Betriebe, die Leistungen bieten, die wir nicht leisten können. 0,9% von den 38 % beträgt der Anteil, der an Internetdruckereien ging.
Veredelung	16 %	drei regionale Anbieter, ein Betrieb davon ist ein Zweigbetrieb eines größeren deutschen Mittelstandsbetriebes
Buchbinder	13 %	drei regionale Anbieter, KMU
Stanzarbeiten, Displaybau	9 %	regionaler Anbieter, KMU
Konfektionierungen	9 %	regionaler Anbieter, KMU
Mailing-Versand	6 %	regionaler Anbieter, KMU

Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekauften P/D und Prozesse zur Sicherstellung

Seit mehreren Jahren wird auf eine gute Lieferantenbeziehung Wert gelegt. Es wird versucht, möglichst kleine Familienunternehmen, wie wir es sind, zu bevorzugen. Das gelingt mehr oder weniger, auch weil zum Teil große Unterneh-

men den Markt dominieren. Beim Strom konnten wir einen genossenschaftlichen Anbieter mit 100% Ökostrom finden. Wasser und Gas wird beim örtlichen Stadtwerk bezogen. Die Ausgangsfrachten werden hauptsächlich über kleine regionale Transportunternehmen erledigt. Die Versicherungen sind hingegen bei großen Unternehmen abgeschlossen. Bei den

Reparaturen sind wir abhängig von den Maschinenherstellern und haben keine Wahl. Den größten ökologischen Einfluss können wir neben der Wahl der Stromerzeugung beim Papiereinkauf nehmen. Bei der Papiererzeugung herrscht allerdings große Intransparenz, da es nur wenige große Papiererzeuger weltweit gibt. Wir versuchen möglichst Recyclingpapiere oder FSC/PEFC-zertifizierte Papiere einzusetzen, da dadurch eine bestmöglich-kontrollierte Herkunft des Zellstoffs erreicht wird. Mittlerweile haben alle Großhändler zertifizierte Materialien im Angebot. Der zweite große ökologische Faktor ist der Transport der Materialien. Dort ist es schwer, den Überblick zu behalten. Wir versuchen deshalb regionale Großhändler mit einem Lager vor Ort zu begünstigen, so dass das Material möglichst kurze Wege unterwegs ist. Welche Wege das Material von der Herstellung bis zu uns tatsächlich genommen hat, ist nicht ermittelbar. Genauso wenig ist bekannt, welche Wege die Rohstoffe bis zur Papiererzeugung hinter sich haben. Die von den Herstellern veröffentlichten Paper-Profile sind so gehalten, dass ein ökologisches Ranking nicht möglich ist. Durch den Einsatz von Papiersorten, die in Europa erzeugt werden, versuchen wir zumindest die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards zu fördern.

Bei den Druckplatten bestimmen auch nur wenige Anbieter den Markt. Bei der wasserlosen

Offsetdruckplatte haben wir es sogar mit einer Monopolstellung zu tun. Da der wasserlose Offsetdruck allerdings das ökologisch beste Offsetdruckverfahren ist, sind wir bewusst in diese Abhängigkeit gegangen. Alternativen sehen wir zurzeit nicht in Marktreife.

Wir arbeiten mit vielen Kollegen- und Veredelungsbetrieben in der Region zusammen, um für unsere Kunden die beste Qualität und das beste Preis-Leistungsverhältnis zu erzielen. Ein vertrauensvolles Verhältnis zu unseren Kunden und Lieferanten ist uns sehr wichtig. Zudem muss die Termintreue verlässlich stimmen, denn wir bleiben in der Lieferverantwortung. Das gleiche gilt für unsere Partner in der buchbindeischen Weiterverarbeitung.

Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung

Unser Einkaufsvolumen ist nicht derart groß, dass wir auf die Preise wirklich Einfluss nehmen könnten. In den Bereichen, in denen starker Wettbewerb herrscht, kommen die Lieferanten mit Angeboten auf uns zu. Unser Einkaufsverhalten hängt allerdings stark von langfristigen, zuverlässigen und qualitativen Beziehungen ab. Der Preis ist bei uns nicht die alles entscheidende Größe. Es werden Preisvergleiche vorgenommen, um keine gravierenden Marktnachteile zu erleiden.



✱ B1 Ethisches Finanzmanagement

Institutionalisierung

Wir haben drei Geschäftsbanken, die Hamburger Sparkasse AG, die Hamburger Volksbank eG und die Postbank Hamburg AG. Die meisten Geldströme laufen über die Haspa und die Volksbank. Das Postbank Konto wird kaum noch verwendet, da es die historisch bedingten Vorzüge kaum noch gibt (vereinfachte Bezahlung von Postversandsendungen, günstigere Überweisungsgebühren in das europäische Ausland). Ein Wechsel der Bankdienstleister zum Beispiel zur GLS-Bank wird durch den Prozess der Gemeinwohlbilanz in Erwägung gezogen. Bisher wurden die Konten aus historisch gewachsenen Geschäftsbeziehungen weitergeführt.

Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters

Über diese Qualitäten liegen uns bisher keine näheren Informationen vor. Das ändert sich nun im Zuge der Erstellung der Gemeinwohlbilanz.

Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Das Unternehmen hat keine Finanzanlagen. Darlehen werden an Mitarbeiter zinslos vergeben.

Gemeinwohlorientierte Finanzierung

Der Eigenkapitalanteil beträgt 15%. Das Fremdkapital liegt im Wesentlichen durch eine nicht rückgedeckte Pensionsrückstellung (60%), Lieferantenkredite und Bereitstellung von Dispositionskrediten vor. Durch Pachtverzicht des verbundenen Unternehmens Albert Ferd. C. Nienstedt e.K. wurden in den wirtschaftlich schwierigen Wirtschaftsjahren 2012 bis 2014 negative Geschäftsabschlüsse vermieden.

Die Investitionen werden historisch über das verbundene Unternehmen Albert Ferd. C. Nienstedt e.K. getätigt und an die Druckerei Nienstedt GmbH verpachtet. Die Albert Ferd. C. Nienstedt e.K. hat ein laufendes Darlehen für eine Druckmaschinenfinanzierung bei der Haspa. Das Darlehen wird in 2014 getilgt. Zukünftig wird die Druckerei Nienstedt GmbH alle Investitionen selber tätigen und nur noch die Geschäftsräume mieten.

Die Erkenntnisse, die im Zuge der betrieblichen Orientierung in Richtung der Gemeinwohlökonomie gewonnen werden, fließen in die Wahl des zukünftigen Finanzpartners ein.



✳ C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung

Allgemeines

Wir verbringen einen Großteil unserer Lebenszeit bei der Arbeit. Von daher wollen wir auch unsere Arbeitszeit mit Spaß und Selbstbestätigung erfüllt wissen. Andererseits dient die Arbeit unserer Existenzsicherung.

Bei uns liegen sehr flache Hierarchien vor, lediglich der Geschäftsführer hat eine in rechtlichen Angelegenheiten und in der Verantwortung herausgestellte Position.

Daneben ist ein Betriebsrat Ansprechpartner in innerbetrieblichen Dingen.

Die fachlichen Qualifikationen der Beschäftigten bestimmen maßgeblich das Aufgabengebiet und die Art der Leistungserbringung. Über Wissen, Können und Taten kann sich jeder auszeichnen.

Wir legen Wert auf fachlich gut geschultes Personal, das möglichst selbstständig und eigenverantwortlich arbeiten kann.

Alle Arbeitsverträge sind unbefristet geschlossen. Wir haben 8 Vollzeitstellen (7 männlich, 1 weiblich), 3 Teilzeitstellen (2 weiblich, 1 männlich) und 4 Minijobs (3 weiblich, 1 männlich). Zeitarbeiter werden nicht beschäftigt.

Über Fehlzeiten werden keine Statistiken geführt, die Fluktuation ist seit Jahren äußerst gering.

Durch mehr Transparenz sollen kurzfristig mehr Ideen der Mitarbeiter zur Lösung unserer prekären Branchensituation gefunden werden.

Durch Praktika unterstützen wir Jugendliche zum Kennenlernen der Medienberufe.

Mitarbeiterorientierte Organisationskultur und -strukturen

Die Arbeitsprozesse und Arbeitsfolgen werden von den Mitarbeitern zum großen Teil selbst

bestimmt und eigenverantwortlich durchgeführt. Die Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten sind klar geregelt. Auftragstaschen, Auftragsplanung und Checklisten dienen der Kommunikation und der Fehlervermeidung. Zeitvorgaben dienen lediglich der Planung, die Arbeitsgeschwindigkeit ist letztendlich auftragsbedingt und liegt in der Verantwortung des Mitarbeiters.

Der notwendige Einsatz von Überstunden bzw. ein Abtragen von Überstunden wird in der Regel von den einzelnen Mitarbeiter durch die Auftragsituation selber erkannt und nach Absprache mit den Kollegen durchgeführt.

Jeder Mitarbeiter bekommt eine individuelle Führung, auch, um nicht mit den betrauten Aufgaben alleine da zu stehen.

Faire Beschäftigungs- und Entgeldpolitik

Bis zum Jahr 2008 war das Unternehmen tarifgebundenes Mitglied im Verband Druck und Medien e.V., seit dem Jahr 2008 sind wir Mitglied ohne Tarifbindung.

Die wenigsten Betriebe unterliegen in der Druckbranche heute der Tarifbindung.

Durch die Tarifbindung wurde die Entlohnung nach dem Manteltarifvertrag (MTV) nach Lohngruppen festgelegt.

Wir sind aus der Tarifbindung ausgetreten, da eine Mitarbeiterin einen anderen Arbeitsvertrag, als nach dem Manteltarifvertrag möglich war, aushandeln wollte.

Die Tarife des MTV dienen allerdings immer noch als Orientierungshilfe.

Mittlerweile haben vier MitarbeiterInnen einen selbst ausgehandelten Arbeitsvertrag.

Durch starke Veränderungen in der Branche

verbunden mit einem erheblichen Beschäftigungsrückgang erhalten Mitarbeiter, die neue Arbeitsverträge abschließen, wesentlich schlechtere Entlohnungen als Mitarbeiter mit Altverträgen.

Unternehmen mit langjährig beschäftigten Mitarbeitern haben dadurch einen Wettbewerbsnachteil gegenüber Unternehmen, die auf neue Mitarbeiter und/oder Zeitpersonal setzen.

Um selber keine innerbetrieblichen Ungerechtigkeiten zu unterstützen, orientieren wir uns bei Neuverträgen immer an dem Lohngefüge der bestehenden Belegschaft.

Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance / flexible Arbeitszeiten

Es wird eine kontinuierliche und geregelte Arbeitszeit angestrebt. Die Arbeitszeiten der Mitarbeiter werden aber letztendlich durch die Kundenerwartungen und Mitarbeiterwünsche beeinflusst.

Durch den unsteten Arbeitsanfall wird ein flexibles Arbeiten notwendig. Es gilt dabei betriebliche und persönliche Belange optimal in Einklang zu halten, Prinzip: Geben und Nehmen.

Ist der Arbeitsanfall für einzelne Mitarbeiter nicht zu schaffen, kann er mit der Hilfe der Kollegen rechnen (Teamarbeit).

Wenn die Auftragslage es zulässt, kann die Arbeit jederzeit auch für private Erledigungen oder Arzt- oder Behördengänge unterbrochen werden.

Auch der Arbeitsbeginn ist durch den Arbeitsweg des Mitarbeiters flexibel gestaltet, so dass versucht wird, die Fahrten im Berufsverkehr zu meiden.

Um die Übersicht zu behalten wird ein Arbeitszeitkonto geführt, das monatlich aktualisiert

wird. Die Arbeitszeiten werden von den Beschäftigten selber erfasst.

Der Arbeitsschutz wird im Betrieb in Zuge des Unternehmermodells der Berufsgenossenschaft ETEM organisiert.

Gefährdungsbeurteilungen, Einweisungen und Schulungen werden regelmäßig intern durchgeführt.

Die persönliche Arbeitsschutzausrüstung wird vom Arbeitgeber zur Verfügung gestellt.

Gleichstellung und Diversität

Das Unternehmen beschäftigt eine Person mit stärkerer Behinderung (80% Behinderung).

Mitarbeiter, die durch schwere Krankheiten längere Ausfallzeiten hatten, wurden wieder in den Arbeitsprozess integriert. Staatliche Wiedereingliederungshilfen wurden dabei in Anspruch genommen.

Schul- und Ausbildungspraktika werden auch an Menschen mit stärkerer Behinderung vergeben.



✦ C2 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit

Senkung der Normalarbeitszeit

Die durchschnittliche wöchentliche Arbeitszeit der Vollzeitbeschäftigten in der Produktion beträgt 36,6 Stunden, in der Verwaltung 40 Stunden.

Es gibt keinen Arbeitsvertrag mit einer pauschalen Überstundenregelung.

Im Zuge der Einführung der 35-Stunden-Woche mit vollem Lohnausgleich in der Druckindustrie im Jahre 1995 wurde in unserem Unternehmen das Arbeitszeitkonto eingeführt.

Dieses Arbeitsinstrument hat sich bei uns bewährt.

Ziel des Arbeitszeitkontos ist es, Kostensteigerungen durch die Verkürzung der Wochenarbeitszeit durch den Abbau von Leerzeiten entgegenzuwirken.

Zudem werden Überstunden und Überstundenzuschläge nicht mehr bezahlt, so dass es für die Beschäftigten keinen monetären Anreiz für Überstunden mehr gibt.

Geleistete Überstunden werden generell abgummelt. Den Zeitpunkt des Abgummelns bestimmt der Mitarbeiter nach Absprache selber. Dadurch wird für die Mitarbeiter die Überstunde zu einer „Gutstunde“.

In sehr seltenen Fällen werden Überstunden ausbezahlt, meist auf Veranlassung durch den Mitarbeiter, um private finanzielle Engpässe zu beheben.

Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei adäquater Bezahlung)

Generell könnte jeder Mitarbeiter auch einen Teilzeitarbeitsvertrag erhalten.

Zwei Mitarbeiterinnen und ein Mitarbeiter nutzen bereits dieses Angebot. Bei einer Mitar-

beiterin wurde eine Lohnerhöhung in eine verkürzte Wochenarbeitszeit und 4 Tages Arbeitswoche gewandelt.

Zeitarbeiter wurden bei uns in den letzten 9 Jahren nicht eingesetzt. Sinn des Einsatzes von Zeitarbeitern kann es nur sein, eine kurzfristige und befristete Unterstützung zu erhalten.

Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit

Das Unternehmen ist generell offen für alternative Arbeitszeitmodelle. Er herrscht bereits eine Vertrauensarbeitszeit.

Versuche einer 4- und auch einer 3-Tages-Woche hat es bereits gegeben. Allerdings wurden dabei die Wochenarbeitsstunden nicht verkürzt, so dass die damit verbundene Arbeitsbelastung pro Arbeitstag auf Dauer zu hoch geworden ist.

Einen Lohnausgleich kann das Unternehmen nicht tragen, eine Lohnkürzung ist bei den Beschäftigten nicht gewünscht.

2 Teilzeitkräfte arbeiten in einer 4 Tageswoche.

Etwaige Modelle einer Lebensarbeitszeit werden nicht angeboten, da die Insolvenzausfallversicherung zu teuer ist.

Möglichkeiten der Altersteilzeit wurden im Unternehmen hingegen genutzt.



❖ C3 Forderung und Förderung ökologischen Verhaltens der Mitarbeiter/innen

Ernährung während der Arbeitszeit

Das Unternehmen hat keine Betriebskantine, die Mitarbeiter versorgen sich selber.

Ein Brotzeitservice, eine Betriebskantine eines anderen Unternehmens und andere gastronomische Betriebe in der Umgebung stehen zudem zur Verfügung.

Eine Einflussnahme auf die Ernährung wird nicht angestrebt. Die Einführung einer betrieblich gestellten Obstkiste ist angedacht.

Mobilität zum Arbeitsplatz

Die Beschäftigten kommen wie folgt zur Arbeit:

9 Personen ausschließlich mit dem PKW, 3 Personen je nach Witterung mit dem Fahrrad oder Auto, 1 Person mit dem ÖPNV, 1 Person zu Fuß.

Selbst bei betrieblicher Übernahme der Kosten für den ÖPNV wäre für die autofahrenden Mitarbeiter eine Anfahrt mit dem ÖPNV keine praktikable Alternative, da sich die Anfahrtszeiten dadurch erheblich erhöhen würden.

Um den Berufsverkehr zu umgehen, haben sich die Mitarbeiter z.T. für einen sehr frühen Arbeitsbeginn entschieden.

Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse

Das Unternehmen ist bestrebt, möglichst umweltfreundlich zu produzieren, eine Umweltrichtlinie ist ausgearbeitet.

Mehrere Investitionen dienen unter anderem auch der ökologischen Verbesserung der Produktion (digitale chemiefreie Druckplattenherstellung, wasserloser Offsetdruck).

Zudem wurden Ökoproofit-, Gebäude- und Energieeffizienz-Maßnahmen umgesetzt (Dachsanieierung mit verbesserter Dämmung, Erneuerung der Beleuchtung, Optimierung der Heizung).

Eine ER-WLO- und FSC-Zertifizierung sind erlangt worden. Die Mitarbeiter werden dazu jährlich geschult.

Eigene Marketing-Maßnahmen zur Förderung von Recyclingpapieren und die Mitgliedschaft im Baum e.V. runden unser ökologisches Profil ab.

Jegliches Handeln unterliegt auch immer einem ökologischen Abwägen.



✦ C4 Gerechte Verteilung des Einkommens

Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen

Die größte Einkommensspreizung liegt begründet zwischen den Aufgaben der Geschäftsführung und der Leistung einer angelernten Tätigkeit als Minijob.

Verteilung der Spreizung über alle Mitarbeiter für Vollzeitäquivalent (gerundet):

3x Faktor 1, 1x 8/9, 1x 4/5, 4x 2/3, 3x 1/2, 1x 2/7, 2x 1/4

Die Spreizung zwischen dem geringsten und höchsten Einkommen im Unternehmen (Bruttolohn inkl. aller Zulagen für Vollzeitäquivalent) beträgt 1:4. Die größte Spreizung ohne die Einbeziehung von Minijobs beträgt 1:2.

Mindesteinkommen

Das Mindesteinkommen liegt in der Lohngruppe I nach Tarifvertrag der Druckindustrie bei 1.908,64 € brutto bei einer 35-Stunden-Woche.

Im Unternehmen haben alle eine höhere Lohngruppe als I mit der Ausnahme der Minijobs.

Die Verdienste der Minijobber reichen auf keinen Fall für ein auskömmliches Einkommen.

Dafür sind die geleisteten Arbeitsstunden zu gering. Diese Einkommen sind als Hinzuverdienste für ein Familieneinkommen zu sehen.

Ebenso sind die Teilzeitkräfte nicht in der Lage, mit Ihrem Einkommen die Lebenshaltungskosten zu decken. Auch hier sind es Hinzuverdienste für einen Familienhaushalt.

Die Vollzeitkräfte liegen alle über dem statistisch auskömmlichen Nettoeinkommen von 1.330 € pro Monat.

Die Einkommen sind in den letzten Jahren geringer angestiegen als die Lebenshaltungskosten, so dass der Lebensstandard gesunken ist.

Transparenz und Institutionalisierung

Die Einkommen sind nicht veröffentlicht.

Lediglich die Geschäftsführung und der Betriebsrat haben Zugang zu den Daten.

Die meisten Mitarbeiter wünschen keine Offenlegung der Entgelte.

In Zuge der Auseinandersetzung mit der Gemeinwohlökonomie soll es zu einer höheren Transparenz kommen.



✦ C5 Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz

Grad der Transparenz

Alle kritischen Daten wie Gesellschafterprotokolle, Gehälter und monatliche betriebswirtschaftliche Auswertungen sind nicht veröffentlicht.

Unternehmenszahlen, wie Umsatz, Rohertrag und Gewinn werden jährlich veröffentlicht. Struktur- und Kundenveränderungen, Geschäftserwartungen und Investitionspläne werden mit der Gesamtbelegschaft diskutiert.

Personalentscheidungen werden mit den Abteilungen und dem Betriebsrat besprochen.

Legitimierung der Führungskräfte

Durch unsere flache Hierarchie zeichnen sich „Führungskräfte“ bei uns eher durch Lösen von Problemen und Erledigung von Aufgaben als durch Mitarbeiterführung aus. Jeder, der bestimmte Aufgaben bewältigen kann und will, kann so auch mal die Führung übernehmen.

Wer welche Aufgaben letztendlich bekommt und behält, wird von der Geschäftsführung festgelegt.

Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen

Die grundsätzlichen Entscheidungen trifft die Geschäftsführung allein. Damit die Geschäftsführung allerdings danach nicht alleine dasteht, werden möglichst viele und auf jeden Fall alle betroffenen Mitarbeiter vorher eingeweiht. Die Beurteilungen und Bewertungen der Mitarbeiter werden als Entscheidungshilfe angenommen. Messbare und erreichbare Ziele sind nicht näher definiert. Daher ist die Beurteilung nicht 100% objektiv.

Zukünftig sollen die Ziele gemeinsam definiert werden. Auch weil die Branche sich stark wandelt, werden alle Ideen zur Fortsetzung der Unternehmung benötigt.

Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen

Das Unternehmen liegt zu 100% in Unternehmerhand.

Die Mitarbeiter zukünftig an dem Eigentum zu beteiligen, ist angedacht. Aufgrund der angespannten wirtschaftlichen Situation ist der Mitarbeiterwunsch an einer Unternehmensbeteiligung begrenzt.



✘ D1 Ethisches Verkaufen

Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing und Verkauf)

Ziel unserer Marketingmaßnahmen ist es, Kunden langfristig und möglichst in einem partnerschaftlichen Verhältnis zu binden. Unsere Zielgruppe sind mittelständische Betriebe, die einen kontinuierlichen Bedarf an Druckprodukten haben.

Wir versuchen, stets eine bessere Qualität zu liefern, als der Kunde erwartet.

Und: „Geht's unseren Kunden gut, geht's uns auch gut“.

Wir brauchen erfolgreiche Kundschaft.

Eine interessierte Kundenbetreuung, auch über einen Außendienst, ermöglicht es uns, ganz nah am Kunden zu sein. Für größere Betriebe versuchen wir wie eine dienstleistungsorientierte Abteilung zu arbeiten. Eine flexible Abteilung, auf die man sich verlassen kann.

Neukunden werden über Empfehlungen oder den Außendienst gewonnen.

Produkttransparenz, fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen

Druckprodukte stellen keine unmittelbare Gefahr für die Verbraucher dar.

Der Hauptbestandteil ist Zellulose. Es sind sehr geringe Mengen giftige Stoffe (vor allem in der Druckfarbe) enthalten, so dass sich der direkte Kontakt zu Lebensmitteln verbietet. Der Verwendung und die Entsorgung (Recycling) von Druckprodukten ist allgemein bekannt.

Eine ethische Kundenauswahl erfolgt nicht. Das Verbreiten von Propagandamitteln verfassungswidriger Organisationen ist gesetzlich verboten und wird strikt eingehalten.

Wir vereinbaren Preise, die über einen längeren Zeitraum gelten. Die Preise liegen im wettbewerblichen Rahmen vergleichbarer Druckereien. Die Preise beinhalten persönliche Beratungs- und Serviceleistungen.

Umfang der KundInnen-Mitbestimmung / gemeinsame Produktentwicklung / Marktforschung

Die von uns hergestellten Produkte werden ausschließlich auf Kundenanforderung produziert. Die Abstimmung der Materialien und Ausführung wird im starken Maße vom Kunden festgelegt. Wir beraten, prüfen und produzieren.

Service-Management

Die Kunden haben einen persönlichen Ansprechpartner, der auch bei Problemen Lösungen anbietet. Die Kulanzbereitschaft ist sehr kundenorientiert, da wir an langfristigen Kundenbeziehungen interessiert sind.



✳ D2 Solidarität mit Mitunternehmern

Offenlegung von Informationen und Weitergabe von Technologien

Wir stehen im regen Austausch mit anderen Unternehmungen der Branche. Zudem nehmen wir an Kennzahlenvergleichen vom Druckverband teil.

Unser Unternehmen ist ein Pionierunternehmen in Hinsicht auf den wasserlosen Offsetdruck mit einem Kurzfarbwerk.

Zusammen mit einem beteiligten Farblieferanten wurden viele Kenntnisse gewonnen und eine Farbskala (Druckfarbe) weiterentwickelt. Diese Kenntnisse stehen den Lieferanten uneingeschränkt für andere Anwender mit Kurzfarbwerken zur Verfügung.

Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme

Wir sind in einem offenen Netzwerk von graphischen Betrieben eingebunden. Die Verknüpfungen erfolgen über den Austausch von Aufträgen und Dienstleistungen. Es ist mit einer anderen Druckerei ein Projekt begonnen worden, eine engere Kooperation einzugehen. In 2014 erfolgten dazu die ersten gemeinsamen Investitionen. Eine finanzielle Kooperation ist erst einmal nicht angedacht.

Kooperatives Marketing

Bisher sind mit dem Druckmaschinenhersteller KBA, der Berufsgenossenschaft Druck und Medien (heute BG ETEM), der Hamburger Sparkasse und der EWPA (European Waterless Printing Association e.V.) gemeinsame Marketingmaßnahmen für den wasserlosen Offsetdruck unternommen worden. Das erste kooperative Marketing mit einer anderen Druckerei ist für das Jahr 2015 geplant. Dort sollen dann auch die Produktangebote des Kooperationspartners angeboten werden.



✦ D3 Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen

Produkte / Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen

Durch unsere besondere Produktionsweise schaffen wir es, gleichwertige Produkte mit weniger CO₂-Belastung herzustellen:

Ökostrom aus nachhaltigen Energiequellen (CO₂-Emission gleich Null).

Verhinderung von VOC-Emissionen (volatile organic compounds; kohlenstoffhaltige Stoffe, die leicht verdampfen) durch wasserlosen Offsetdruck.

Durch den Einsatz eines Kurzfarbdruckwerkes konnten wir die Anlaufmakulatur (notwendige Druckbögen bis der erste gute Druckbogen gedruckt wird) um 64% reduzieren, eine Ressourcen schonende Technik.

Einsatz von umweltschonend und vorbildlich produzierten Materialien (Recycling- und FSC®-Papiere).

Wir setzen in unserem Bereich konsequent auf die beste verfügbare Technologie (BAT).

Suffizienz (Genügsamkeit): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum

Die von unseren Kunden bei uns bestellten Produkte dienen hauptsächlich der Überbringung vertriebsbegleitender oder verkaufsfördernder Informationen. Von Haus aus stellt sich bei unseren Kunden die Frage der Notwendigkeit. Reine Imagewerbung wird heute sehr selten über Printmedien betrieben. Unsere Beratung zielt auf eine erfolgreichere Umsetzung für unsere Kunden ab, Qualität statt Quantität.

Unsere Produktionsmittel werden pfleglich behandelt, um lange Nutzungszeiten zu erzielen und Ressourcen zu schonen.

Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber

Wir werben bei unseren Kunden für den Einsatz von Recycling-Materialien und zertifizierten Materialien. Die eigene Geschäftsausstattung ist ausschließlich auf Recycling oder FSC-zertifizierten Produkten hergestellt. Ein selbst produziertes Werbemittel stellt die Vorteile von Recyclingpapieren heraus.



✳ D4 Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen

Erleichterter Zugang zu Informationen / Produkten / Dienstleistungen für benachteiligten KundInnen-Gruppen*

Das Unternehmen ist barrierefrei erreichbar. Der meiste Kontakt findet allerdings über Telefon oder per E-Mail statt. Über unsere Homepage kann nicht bestellt werden.

Wir arbeiten nahezu ausschließlich für gewerbliche Kunden, von daher haben wir kaum Kontakte mit benachteiligten KundInnen-Gruppen.

Unsere Beratung ist kundenorientiert auf deren Bedürfnisse ausgelegt.

Förderungswürdige Strukturen** werden durch Vertriebspolitik unterstützt

Besondere Förderungen von einzelnen Unternehmen finden in der Regel nicht statt. Ausnahmen bilden Unternehmensgründungen, die wir gelegentlich fördernd begleiten.

Die meisten unserer Kunden sind KMU-Betriebe, nahezu alle kommen aus der Metropolregion Hamburg.

Stammkunden erhalten im Bedarfsfall besondere Service-Leistungen: Schnelle Lieferungen, Lagerhaltung, besondere Zahlungsbedingungen, Kulanz und Außendienst.

Ein Teil unserer Kunden kommt aus Vereinsstrukturen (Sport, Politische Bildung, Kultur, Umwelt) und Genossenschaftsstrukturen, der Umsatzanteil dieser Gruppe beträgt 6%.

*Benachteiligte KundInnen-Gruppen: beispielsweise einkommensschwache Haushalte, Menschen mit Lernschwierigkeiten, Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen, ältere Menschen, MigrantInnen, queere Menschen. Und auch: NGOs, gemeinnützige Einrichtungen, zivilgesellschaftliche Projekte und Initiativen. Und auch: nichtkommerzielle Einrichtungen aus den Bereichen Bildung, Gesundheits- und Sozialwesen

**Förderungswürdige Strukturen: kleine und mittelständische Unternehmen (KMU), regionale Unternehmen und Unternehmen, die sich besonders für das Gemein

✳ D5 Erhöhung des sozialen und ökologischen Branchenstandards

Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette

Es findet eine Initiative für die Verbesserung der wasserlosen Produktionstechnik mit einem Farbhersteller (zusammen wurde eine Farbkala für das wasserlose Kurzfarbwerk entwickelt) und der EWPA (European Waterless Printing Association) für eine alternative wasserlose Offsetdruckplatte statt. Ziel ist es, die Verbreitung des ökologisch sinnvollereren wasserlosen Offsetdrucks voran zu treiben.

Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards

Mit der Verringerung von VOC-Emissionen weit unter den gesetzlichen Vorgaben, der

Teilnahme an Energieeffizienzmaßnahmen (Ökoprofit), der FSC-Zertifizierung und nun der Erstellung der Gemeinwohlbilanz leisten wir unseren Anteil über das gesetzliche Maß hinaus.

Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe

Um die Reichweiten unserer Initiativen zu erhöhen, haben wir uns an Ökologie fördernde Partner (Baume.V. Greenpeace Energy, EWPA, Behörden) gewandt. Die Marktdurchdringung ist gering. Unsere Betriebsgröße ist zu unbedeutend. Die ökonomischen und qualitativen Vorteile sind leider nicht so stark ausgeprägt wie die ökologischen.

✦ E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / Dienstleistungen

Produkte / Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder diesen der Entwicklung der Menschen / der Gemeinschaft / der Erde und generieren positiven Nutzen

Der Papierverbrauch je Staatsbürger wird auch als Indikator für die Entwicklung eines Staates herangezogen. Je höher der Papierverbrauch pro Bürger desto weiter ist das Land industriell entwickelt.

Unsere Produkte dienen der Informationsverbreitung und Informationsspeicherung.

Die von uns gefertigten Produkte benötigen Unternehmen im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit. Der hauptsächliche Nutzen liegt in der Betriebsorganisation, erfüllt rechtliche Informationspflichten oder hat vertriebsunterstützende Hintergründe. Wir unterstützen damit das Funktionieren der Unternehmungen.

Da wir ausschließlich bedarfsorientiert tätig werden und die wirklichen Bedarfsnotwendigkeiten nicht kennen, können wir über Auswirkungen und Nutzen für die Gemeinschaft unserer Produkte keine generelle Aussage treffen.

Oder anders gesagt: Es hängt von der Geschäftstätigkeit unseres Kunden ab.

Unsere Kunden sind mit ihren Unternehmensideen in allen 3 Kategorien (Grundbedarf, Wohlstand, Luxus) vertreten.

Bewertung des Grundbedarfs in Relation zu möglichen/tatsächlichen Folgewirkungen des P/D

Da wir nur Informationsvervielfältiger sind und auf Inhalte keinen Einfluss nehmen, fällt es schwer, über Produktbewertungen und Folgewirkungen zu sprechen.

Sicher ist, dass für die Produkte viel Energie und Ressourcen benötigt werden.

Beschreibung der Wirkung des P/D auf die Entwicklung des Menschen / der Gemeinschaft bzw. auf die Regeneration / Schonung der Erde / Natur

Analphabetismus ist heute immer noch stark mit Armut verknüpft.

Die Erfindung des Druckens ist eine der großen Errungenschaften der Menschheit. Dadurch ist die Bildung für Menschen aus sozial niedrigen Schichten möglich geworden.

Allerdings gibt es heute in den Industrienationen auch viele Druckwerke, die die Konsumenten gar nicht haben wollen und somit ungebraucht entsorgt werden.

Solche Produkte sind reine Verschwendung von Ressourcen.

Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte / Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen

Die Druckprodukte stehen in Konkurrenz zu den digitalen Medien. Beide Verbreitungswege haben einen hohen technischen Aufwand und benötigen viel Energie. Die elektronischen Medien benötigen zudem seltene Ressourcen.

In den letzten Jahren sind mehrere Produkte aus der gedruckten Welt in die digitale Welt verloren gegangen (Nachschlagewerke, Atlanten, Landkarten, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher,...), da die multimediale Darstellung und die Aktualität der digitalen Medien wesentlich besser ist.

Mittlerweile ist es auch eine persönliche Vorliebe geworden, welcher Informationskanal wofür benutzt wird. Deshalb werden heute identische Informationen häufig über mehrere Kanäle angeboten.

✦ E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Leistungen

Die Druckerei Nienstedt GmbH unterstützt seit fünf Jahren den Nestwerk e.V. mit Rat, Tat und Spenden. Der Verein Nestwerk e.V. kümmert sich in Hamburg um Jugendliche aus sozial benachteiligten Familien.

Unser Engagement beträgt monetär etwa 0,4% unseres Umsatzes.

Wirkungen

Die Einbindung von lernschwachen oder unmotivierten Kindern und die Integration von Kindern mit Migrationshintergrund stellen für unsere Gesellschaft schon seit Jahrzehnten vor eine große Herausforderung. Ein frühes positives Einwirken kann eine Starthilfe für ein selbstständiges und selbstbestimmtes Leben sein. Es hat sich gezeigt, dass die staatlichen Maßnahmen nicht ausreichen und private Initiativen notwendig sind.



✳ E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Absolute Auswirkungen

Aspekt	Gesamt	Pro MA 9,7 Leute Vollzeitäquivalent 40h/Woche
Jahres Strom/ Energieverbrauch in KWh	104.500	10.773 KWh/MA
Jahres CO ₂ -Ausstoß aufgrund von Heizung	11.710 kg CO ₂	1.207 kg CO ₂ /MA
Jahres CO ₂ -Ausstoß eigene Transporte	9.391 kg CO ₂	968 kg CO ₂ /MA
Wasserverbrauch in Liter/Tag	731	75 l/Tag und MA
Müll unterteilt in Schadstoffklassen:		
Hausmüll	9,40 t	
Papier, Pappe, Kartonagen	46,14 t	
Kunststoffe	0,56 t	
Druckplatten (Aluminium)	1,05 t	
Metalle mit Restanhaftung	0,14 t	
Kunststoffe mit Restanhaftung	0,56 t	
Farbreste	0,32 t	

Wir erfassen seit der Teilnahme an Ökoprofit im Jahre 2008 jährlich unsere oben genannten Verbrauchswerte. Damit können positive und negative Entwicklungen beobachtet und Maßnahmen ergriffen werden.

Relative Auswirkungen

Durch den Bezug von Ökostrom vermeiden wir die Erzeugung von 53.400 kg CO₂ (2013: Bundesmix für Strom: 511 g/kWh CO₂, Quelle Greenpeace Energy).

Der Verbrauch von emittierenden Waschmitteln für Druckfarben und der Einsatz von IPA (Isopropanol) liegt weit unter dem Branchendurchschnitt. Auch in der Makulaturquote liegen wir im Durchschnitt sehr viel besser als vergleichbare Druckereien, da wir die Kurzfarbwerk-Technik einsetzen.

Management und Strategie

Wir wollen eine möglichst umweltschonende Herstellung von Druckerzeugnissen erreichen und bleiben dabei stets kundenorientiert.

Alle umweltrelevanten Informationen über herzustellende Produkte sind zu berücksichtigen und Kunden auch auf Umweltgesichtspunkte hin zu beraten.

Jegliche Fehlproduktionen sind zu vermeiden. Die Makulatur soll möglichst niedrig gehalten werden.

Hilfsstoffe für die Herstellung werden kontinuierlich auf umweltschonendere Ersatzstoffe und Notwendigkeit geprüft.

Durch eigenes umweltbewusstes Handeln wollen wir Vorbild sein.

Es gilt alle Umweltgesetze und Verordnungen einzuhalten.

✘ E4 Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung

Außenausschüttung

Gewinnausschüttungen an den Geschäftsführer, Mitarbeiter oder Gesellschafter sind schon mehrere Jahre nicht mehr möglich. Eine Gewinnausschüttung an nichttätige Gesellschafter hat es nie gegeben.

Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung

Die Gewinne werden im Unternehmen belassen und sollen das Eigenkapital erhöhen. Die Gewinne sind seit Jahren nicht ausreichend, um weitere Verwendungsmöglichkeiten zu haben.

✘ E5 Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung

Transparenz

Unser Unternehmen präsentiert sich über eine Homepage in der Öffentlichkeit.

Mit der Erarbeitung der Gemeinwohbilanz steht dann erstmals ein umfassender Unternehmensbericht zur Verfügung.

Mitbestimmung

Die Frage der Mitbestimmung von Berührungsgruppen stellte sich bisher nicht.

Auf Wünsche der unmittelbaren Nachbarschaftsbetriebe wurde stets eingegangen.

✘ Ausblick

Kurzfristige Ziele

Wir wollen die Partnerschaften mit den Kunden und Lieferanten vertiefen und dabei unsere ökologische und gemeinwohlorientierte Orientierung einbringen.

Das Erreichen eines Unternehmensgewinns in 2015 ist notwendig, um aufgeschobene Investitionen durchführen zu können. Ein vernünftiges Preisniveau ist dazu am Markt zu vermitteln. Unsere Leistungen müssen den Preis wert sein.

Langfristige Ziele

Langfristige Ziele

Wenn's gut werden soll, gehe zu Nienstedt.

✘ Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Die Bilanz und der Bericht sind vom geschäftsführenden Gesellschafter, Thomas Lyer, erstellt worden. Der Bericht ist vor der Abgabe an den Auditor dem Betriebsrat und der Verkaufsleitung zur Prüfung vorgelegt worden. Die Änderungswünsche wurden berücksichtigt.

Die Erstellung erfolgte im Zuge einer Peer-Evaluierung in 5 Sitzungen. Der zusätzliche Zeitaufwand betrug etwa 65 Arbeitsstunden.

Die Gemeinwohbilanz wird Mitte April 2015 intern veröffentlicht und ab Anfang Mai 2015 in Zuge einer Betriebsversammlung diskutiert.