

AUDIT Bericht: Bürgerstiftung Pfalz (März 2015)

Quellen: GWÖ Bericht vom 16.03.2015, Vor-Ort-Besuch vom 24.03.2015, Stiftungssatzung, Homepage, Leitlinien, Einkaufslisten, Tätigkeitsbericht und Protokoll vom Nachhaltigkeitsbericht, Newsletter

Berichts-Zeitraum: 2014

Branche: Stiftung mit Sozialunternehmen im Hotel- und Gaststättengewerbe mit Schwerpunkten in den Bereichen Jugendhilfe, Unterstützung für Behinderte und regionale Entwicklung

Vor-Ort-Besuch: am 24.03.15 fanden Gespräche statt mit der Geschäftsführerin und ersten Vorsitzenden Christiane Steinmetz, dem Vorstandsmitglied Teresa Karayel sowie Petra Siegrist (Bürgerstiftung) und Elke Sommer (Stiftsgut) sowie MitarbeiterInnen der Küche, Service und Technik.

INHALT:

1. Übersicht der Punktbewertung
2. Management Summary
3. Detaillierter Auditbericht zu den Kriterien
4. Negativkriterien

1. ÜBERSICHT DER PUNKTBEWERTUNG

Indikator	2014 (Selbst-Einschätzung)	2014 (Auditoren-Einschätzung)
A1	80%	70%
B1	80%	70%
C1	60%	60%
C2	30%	30%
C3	40%	40%
C4	70%	60%
C5	60%	60%
D1	30%	60%
D2	60%	60%
D3	60%	50%
D4	90%	80%
D5	60%	70%
E1	70%	90%
E2	90%	90%
E3	60%	50%
E4	100%	100%
E5	50%	90%
Gesamt	xxx Punkte	656 Punkte

2. MANAGEMENT SUMMARY

Die Bürgerstiftung Pfalz wurde 2005 gegründet und ist eine rechtsfähige, öffentliche Stiftung des bürgerlichen Rechts mit folgenden Zielen:

- Schutz und der Bewahrung der natürlichen Lebensgrundlagen
- Förderung der Anwendung nachhaltiger Wirtschaftsmethoden
- Lernen und Bewahren von sozial verantwortlichem Handeln
- Belebung und Bereicherung der Region
- Förderung der globalen Verantwortung und der Förderung von lebenslangem Lernen

Als Bürgerstiftung unter reger Beteiligung der Bevölkerung und basierend auf der Initiative verschiedener Gruppen bürgerschaftlichen Engagements, hat das Unternehmen einen Vorbildcharakter im gesamten Bereich E des GWÖ-Berichts, der zeigt, wie gut das Unternehmen im gesellschaftlichen Umfeld eingebettet ist. Während also andere Unternehmen sich dem Thema Mitbestimmung erst vorsichtig über die eigenen Mitarbeiter und evt. über Kundenbeiräte einem größeren Mitspracherecht der Kunden annähern, ist bei der Gründung und Weiterführung der Bürgerstiftung Pfalz das gesellschaftliche Umfeld schon direkt mitbeteiligt.



Die Stiftung hat ihr Geld nicht auf der Bank angelegt, sondern in eigenen Projekten, derzeit insbesondere in der Keysermühle, die 2009 erworben wurde und die eine Immobilie sowie den zugehörigen Hotel-, Seminar- und Gaststättenbetrieb beinhaltet. Das Haus wird ebenfalls im Sinne der Ziele der Stiftung geführt, insbesondere durch die Beschäftigung von Behinderten. Die daraus erwirtschafteten Gelder fließen der Stiftung für weitere ökosoziale und gemeinschaftsbildende Projekte zu, die von engagierten BürgerInnen eingebracht werden.

Im Beschaffungsbereich hat das Unternehmen sich intensiv mit der Qualität seiner LieferantInnen auseinandergesetzt, um auch hier seiner sozialen, regionalen und ökologischen Zielsetzung gerecht zu werden. Die Früchte dieser Arbeit werden in den nächsten Jahren erst voll zum Tragen kommen.

Die Einkommensspreizung der MitarbeiterInnen ist mit 1:2,7 sehr gering. Es herrscht eine fast familiäre Atmosphäre, die geprägt ist von einer Haltung der gegenseitigen Teilnahme und Wertschätzung.

Die Stiftung hat aufgrund ihres innovativen Gründungscharakters sehr viel Unterstützung durch die Bevölkerung in Form von ehrenamtlichen Engagements, ohne die sie bisher noch nicht überlebensfähig wäre. Eine wesentliche Aufgabe der nächsten Jahre wird darin bestehen, die wirtschaftliche Basis zu stärken, um mehr Spielraum für weitere Investitionen und Bezahlung von Fachkräften zu haben. Zur Beratung stehen zwei erfahrene Fachmänner – ebenfalls ehrenamtlich – zur Verfügung.

3. DETAILLIERTER AUDITBERICHT ZU DEN KRITERIEN

A1 Ethisches Beschaffungswesen	Selbsteinschätzung: 80%	 	AuditorInneneinschätzung: 70%
---------------------------------------	-------------------------	--	-------------------------------

Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:

Regionale, ökolog & soziale Aspekte höherwertiger Alternativen werden berücksichtigt (Relevanz hoch)	<p>Das für A relevante Einkaufsvolumen beträgt ohne Personal-, Verwaltungs- und Versicherungskosten sowie ohne Steuern ca. 490 Tausend €. Davon machen Lebensmittel ca. die Hälfte aus.</p> <ul style="list-style-type: none"> + Lebensmittel werden überwiegend regional eingekauft. Da die Lebensmittel in ausreichender Menge regional nicht in zertifizierter Bioqualität zur Verfügung stehen, wurde mit LieferantInnen soweit verhandelt, dass über Selbstverpflichtungen der Betriebe die Bedingungen für eine ökologische Produktion weitgehend erfüllt werden. Kleinere Betriebe werden auch regelmäßig besucht und kontrolliert, die sich z.T. keine Zertifizierung leisten können. In einigen Fällen, z.B. Weinanbau, werden Biostandards übererfüllt (kein Kupfer in den Boden, was bei Biozertifikat zulässig ist.) + Ca. 20% der Lebensmittel sind Bioqualität (Rinklin), zudem wurde im Fleisch- und Wurstwarenereich der Lieferant im Okt. 14 gewechselt (Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall). Dieser ist allerdings 200km entfernt, weil es keinen näheren Biofleischer gibt. + Energiekosten (ca. 14 %): Ökostrom von Lichtblick, + Pelletsheizung, + Reinigungsmittel (ca. 9% vom gesamten Einkaufsbudget) ökologisch, + Veranstaltungen werden unter Berücksichtigung von regionalen und ökologischen Gesichtspunkten durchgeführt. 	60%
--	--	-----

	<ul style="list-style-type: none"> + Bei ca. 60% der Einkäufe werden höherwertige Alternativen gewählt, + Küchenkräuter und einige wenige Gemüsesorten werden im eigenen Garten angebaut, außerdem gibt es einen eigenen Kompost. + Papier wird so weit wie möglich eingespart, ansonsten Papier mit dem Blauen Engel verwendet. + Die Beschaffung bzgl. Umbau 2010 fand z.T. auch über Tauschhandlungen mit den Handwerkern statt. + Bei der Anschaffung von Investitionsgütern wird auf lange Haltbarkeit, Upcycling und die Verwendung natürlicher Materialien geachtet (z.B. Möbel). + Parkett und Möbel wurden aus heimischen Hölzern gefertigt. + Für den Umbau 2010 wurden regionale Handwerker bevorzugt, der Heizungsbauer hat extra eine Weiterbildung besucht, um die Pelletsheizung warten zu können. - Ökologische Lebensmittel sind regional derzeit noch kaum verfügbar. 	
<p>Aktive Auseinandersetzung mit Risiken zugekaufter Produkte/ Dienstleistungen und Prozesse zur Sicherstellung (Relevanz mittel)</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Die überwiegend regionalen Lieferantenbetriebe werden einmal im Jahr aufgesucht und die Produktion wird geprüft. Es finden intensive Gespräche mit den Lieferanten statt, insbesondere bzgl. Lieferungsmöglichkeiten von Bioprodukten. Mit Betrieben, die nicht biozertifiziert sind, werden Möglichkeiten zur Erhöhung der Standards erörtert. + Ständige Suche nach höherwertiger Alternative findet statt und es wurden im letzten Jahr mehrere Lieferantenwechsel vorgenommen, insbesondere bei Betrieben, die regional produzierte Ware versprochen hatten, sich dies jedoch nach näherer Prüfung nicht bestätigt hat. + Ein Nachhaltigkeitszertifikat ist vorhanden sowie Prozesse zur ständigen Weiterentwicklung. Die Wareneingangslisten werden vierteljährlich überprüft und im Leitungsgremium ausführlich diskutiert, inwiefern die Leitlinien (regional, ökologisch, fair) eingehalten werden 	<p>80%</p>

	<p>konnten und was verbessert werden kann.</p> <ul style="list-style-type: none"> + Die regionale Verfügbarkeit (70km) wurde gegenüber ökologischer Produktion priorisiert. Bei überregionalen Gütern wird ökologisch eingekauft, sowie fair bei überregionalen. + Weiterbildungen zu ökologischen Themen, Besuch von Messen, Austausch mit anderen Betrieben, welche Produkte/Dienstleistungen eine höhere Alternative darstellen. - Bisher findet keine Dokumentation der Lieferantenbesuche statt, dies wird als potentielle Entwicklungsmöglichkeit gesehen. 	
Strukturelle Rahmenbedingung fairer Preisbildung (Relevanz niedrig)	<ul style="list-style-type: none"> + Ausrichtung der Beschaffung an den Leitlinien der Stiftung + Die Maßnahmen zur Verwirklichung von höheren Standards für die Beschaffung wurden in Workshops unter der Beteiligung der MitarbeiterInnen ausgearbeitet. + Intensive Zusammenarbeit mit LieferantInnen, Einladung der LieferantInnen zu kulturellen Veranstaltungen, Austausch von Werten. + Geringer Handelsaufschlag, der den LieferantInnen zugute kommt, die Kalkulation ist transparent. + Entscheidungen zur Produktaufnahme werden gemeinsam im Abteilungsleiterteam besprochen. + Die Vorgabe des Vorstandes, jährlich den Anteil der Bio- bzw. regional produzierten Waren um 10% zu steigern, wurde übertroffen. - Bisher keine schriftliche Fixierung der Leitlinien direkt für den Einkauf, leiten sich aus den allgemeinen Leitlinien der Stiftung ab. 	80%

Hinweise/ Ideen/ Potentiale:

B1 Ethisches Finanzmanagement	Selbsteinschätzung: 80%	✓ X	AuditorInneneinschätzung: 70%
--------------------------------------	-------------------------	--------	-------------------------------



Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:

Institutionalisierung (Relevanz mittel)	+ Der Stiftungszweck ist zu 100% gemeinwohlorientiert.	100%
Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters (Relevanz niedrig)	+ Das Geschäftskonto ist bei der Volksbank. Als Genossenschaftsbank ist sie einer demokratischen Organisation daher von der Struktur her näher als eine Privatbank. Einzelne Filialen haben einen gewissen Spielraum, ökologische und/oder soziale Schwerpunkte zu setzen. Das starke Engagement der Bankfiliale für die Stiftung zeigt das Interesse, sozial engagierte Unternehmen zu unterstützen. Dies kann als fortgeschritten gewertet werden. - Die Bank ist eingebunden in das internationale Finanzsystem. - Es sind keine Richtlinien der Bank zum Ausschluss unethischer Geschäfte bekannt.	20%
Gemeinwohlorientierte Veranlagung (Relevanz hoch)	+ Gemäß der Satzung der Stiftung fließen Überschüsse in gemeinwohlorientierte Projekte. + Das Stiftungsvermögen liegt in der Immobilie, dafür gibt es Pachteinahmen, die aber wiederum im Sinne der Stiftung verwendet werden, also dem Gemeinwohl zugute kommen. - Keine Angaben über Versicherungen und deren Prinzipien zur Geldanlage	80%
Gemeinwohl-orientierte Finanzierung (Relevanz niedrig)	+ 43% der Kredite werden über Stiftungen, Förderungen oder Berührungsrgruppen finanziert. 50-60% der Geldgeber verzichten gleich auf Zinsen oder spenden sie wieder. - 57% der Kredite durch Volksbank. Im Zuge der Kreditaufnahme wurden ethische Themen mit der Bank intensiv diskutiert. Die Bank zeigte sich sehr aufgeschlossen.	60%

	<ul style="list-style-type: none"> - Ohne Aufwertung der Immobilie ist die Keysermühle überschuldet - Die Eigenkapitalquote der Bürgerstiftung beträgt 20% 	
--	--	--

Hinweise:

C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	Selbsteinschätzung: 60%	 	AuditorInneneinschätzung: 60%
---	-------------------------	--	-------------------------------

Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:



Mitarbeiterorientierte Organisationskultur und -strukturen (Relevanz mittel)	<p>Da die Keysermühle ein Integrationsbetrieb ist, greift hier ein Fürsorgeprinzip für Behinderte und das Ausmaß ihrer Selbstbestimmungsmöglichkeiten ist teilweise eingeschränkt. Die GWÖ hat hier keine Vorgaben. Es muss im Betrieb eine Balance gefunden werden zwischen Selbstbestimmung einerseits und Geborgenheit durch Regeln und Führung andererseits.</p> <ul style="list-style-type: none"> + Im Bereich der StiftungsmitarbeiterInnen wird ein weitgehend demokratisches Miteinander gepflegt und Entscheidungen gemeinsam diskutiert. Es gibt keine prekären Arbeitsplätze aber sehr viel ehrenamtliche Tätigkeiten, ohne die das Projekt nicht leben kann. Es spricht für die Keysermühle, dass Menschen aus der Region zu eigenem, persönlichem Einsatz motiviert werden. + MitarbeiterInnen können dem Vorstand eigene Vorschläge machen. In Teamsitzungen werden alltägliche Dinge besprochen und entschieden. Im Jahr finden zwei Betriebsversammlungen statt, in denen über die Gesamtbelange des Unternehmens informiert wird, sowie Vorschläge geäußert werden können. + Protokolle zu Zufriedenheitsbefragungen der MitarbeiterInnen sind 	60%
--	---	-----

	<p>anonymisiert und zeigen eine hohe Zufriedenheit der MitarbeiterInnen.</p> <ul style="list-style-type: none"> + „Job rotating“ ist ein fester Bestandteil der Unternehmenskultur, die MitarbeiterInnen unterstützen sich bei Bedarf gegenseitig. + Es gibt pro Jahr mindestens eine Schulung zu Nachhaltigkeitsthemen. + Jede neue MitarbeiterIn bekommt eine Infomappe mit umfassenden Informationen und eine entsprechende Schulung. + Dokumente zur Standardisierung werden von den Abteilungen selbst erstellt. + MitarbeiterInnen werden ermutigt, eigene Wünsche und Vorstellungen einzubringen oder auch mal nein zu sagen, wenn sie anderer Meinung sind. Das ist ein Prozess, da die MitarbeiterInnen aus früheren Arbeitsverhältnissen meist einen sehr autoritären Arbeitsstil gewohnt sind. + Eilige Entscheidungen werden auf AbteilungsleiterEbene entschieden. Diese Entscheidungen können im Nachhinein jederzeit besprochen werden. Unstimmigkeiten werden zunächst auf Teamebene besprochen, bei bestehenden Unklarheiten auf der AbteilungsleiterInnenebene. Die weitere Gesprächs- bzw. Entscheidungsebene ist dann das Leitungsteam bzw. das Kuratorium. + Die Fluktuation der MitarbeiterInnen tendiert gegen 0. - MitarbeiterInnen können aufgrund der angespannten finanziellen Situation in ihren Weiterbildungswünschen noch nicht so umfassend gefördert werden, wie sie es wünschen. 	
<p>Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik (Relevanz mittel)</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Keine prekären Beschäftigungsverhältnisse, was in der Gastronomie und Hotellerie selten ist und einen hohen Stellenwert hat. + Alle ServicemitarbeiterInnen haben den gleichen Lohn. + Es gibt freiwillige Sozialleistungen wie Mittagessen für 3,-€ pro Mahlzeit. 	<p>50%</p>

	<ul style="list-style-type: none"> + Teilzeitbeschäftigung ist möglich und wird auch genutzt, Dienstpläne werden weitgehend von den MitarbeiterInnen selbst erstellt. + Abstimmung über Personalpolitik findet auf AbteilungsleiterInnenebene statt. + Den höchsten Lohn im Unternehmen bekommt der Koch. + Es gibt kein transparentes und verbindliches Gehaltsschema und keine Offenlegung der Gehälter. Diese Vertraulichkeit war ausdrücklicher Wunsch der MitarbeiterInnen. -/+ Keine Mitarbeitervertretung/BR. Allerdings gibt es eine Vertrauensperson für die Behinderten, um sie in ihren Belangen zu unterstützen. Ähnliches ist auch für die anderen MitarbeiterInnen geplant. Bisher herrscht eine fast familiäre Atmosphäre im Betrieb, der geprägt ist von gegenseitiger Unterstützung und es gab bisher keinen Wunsch nach einem Betriebsrat. 	
<p>Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/ flexible Arbeitszeiten (Relevanz mittel)</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Der Arbeitsplatz ist in einer sehr schönen, naturnahen Umgebung mit Park. Außerdem gibt es einen Entspannungsraum. + Ergonomische Vorgaben werden eingehalten, zusätzlich gibt es einen Sitzball und Sitzkissen sowie zwei Sicherheitsbeauftragte, die zu regelmäßigen Schulungen gehen. + Homeofficearbeit und flexible Arbeitszeiten sind möglich, wenn es die Art der Arbeit erlaubt. Wünsche der MitarbeiterInnen werden bei der Dienstplanerstellung berücksichtigt. + Ein besonderer Schutz wird den 30-40 PraktikantInnen aus sozialen Einrichtungen gewährt, die sonst auf dem Arbeitsmarkt kaum Chancen haben, sich auszuprobieren und Selbstvertrauen zu gewinnen. Dies bedeutet einen hohen, zusätzlichen Arbeitsaufwand für das Unternehmen. + Den MitarbeiterInnen steht ein Ruheraum zur Verfügung und es finden 1x pro Woche achtsame Meditationen statt. 	<p>50%</p>

Gleichstellung und Diversität (Relevanz mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Barrierefreiheit im Haus ist zu 80% gewährleistet. + Für die behinderten MitarbeiterInnen werden individuell auf die Bedürfnisse eingehende Einrichtungen geschaffen. Außerdem bekommen sie auf Wunsch eine ehrenamtliche Begleitung am Arbeitsplatz, mit der sie Arbeitsabläufe üben können. Als Integrationsbetrieb ist die gesetzliche Quote übererfüllt. + Gleichberechtigte Zusammenarbeit ohne dass Nationalität, Geschlecht oder Behinderung eine Rolle spielt. + Die Führungspersonen sind überwiegend weiblich. 	90%
---	---	-----

Hinweise:

C2 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	Selbsteinschätzung: 30%	 	AuditorInneneinschätzung: 30%
---	-------------------------	--	-------------------------------



Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:

Senkung der Normalarbeitszeit (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Überstunden der MA werden wenn möglich zeitnah mit Freizeit ausgeglichen, sodass übers Jahr keine Überstunden anfallen. + Überstunden im Führungsbereich werden weitgehend ehrenamtlich erbracht und als Stiftung in das Unternehmen eingebracht und erfasst. - Ein Vollzeitarbeitsvertrag gilt für eine 40-Stundenwoche, Arbeitszeitverkürzungen sind aufgrund des Fachkräftemangels und der geringeren Arbeitskapazitäten der Aushilfen derzeit nicht möglich. 	40%
Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei äquivalenter	+ 19 MitarbeiterInnen arbeiten in Teilzeit, 16 in Vollzeit.	40%

Bezahlung) (Relevanz mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Es gibt keine Angestellten von Zeitarbeitsfirmen, Aushilfen bekommen netto den gleichen Lohn. - Aushilfen sind länger als ein halbes Jahr beschäftigt, dies ist saisonal bedingt und viele wollen keine Festanstellung (z.B. StudentInnen). 	
Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit (Relevanz mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + hohe Sinnhaftigkeit der Arbeit und daher viele intrinsisch motivierte MitarbeiterInnen - Geringe Auseinandersetzung mit Selbst- und Zeitmanagement. - Führungskräfte sind stark eingebunden, sodass hier die Frage der „Life Balance“ nicht geklärt ist. Da das Unternehmen sich noch im Aufbau befindet, ist das sozusagen „normal“, muss aber im Auge behalten werden. 	20%

Hinweise:

C3 Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen	Selbsteinschätzung: 40%	 	AuditorInneneinschätzung: 40%
--	-------------------------	--	-------------------------------



Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:

Ernährung während der Arbeitszeit (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Regionale und/oder ökologische Speisen werden auch für die MitarbeiterInnen angeboten zum Preis von 3,-€ pro Essen. Donnerstag ist Veggietag. Das Essen ist in Buffetform wie bei den Gästen auch, sodass die MitarbeiterInnen auswählen können. 	40%
Mobilität zum Arbeitsplatz (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Ca. ein Drittel der MitarbeiterInnen kommen mit dem Fahrrad, öffentlichen Verkehrsmitteln, zu Fuß oder mit Carsharing. Die Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel ist nicht sehr gut. 	30%
Organisationskultur, Sensibilisierung und	<ul style="list-style-type: none"> + Ökologische Themen sind in Weiterbildungen immer präsent, ebenso 	60%

unternehmensinterne Prozesse (Relevanz mittel)	<p>in Besprechungen in den Teams und orientieren sich am Leitbild der Stiftung.</p> <ul style="list-style-type: none"> + Es finden Workshops zu ökologischen Themen statt, in denen die MitarbeiterInnen ökologische Verbesserungsmöglichkeiten herausarbeiten und Maßnahmen dazu festlegen und umsetzen. + Auch im Vorstand werden positive Beispiele gegeben, Fahrräder benutzt, Autos abgeschafft 	
--	--	--

Hinweise:



C4 Gerechte Einkommensverteilung	Selbsteinschätzung: 70%	 	AuditorInneneinschätzung: 60%
---	-------------------------	--	-------------------------------

Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:

Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung (Relevanz hoch)	+ Die Spreizung beträgt 1:2,7, (beinhaltet auch das Gehalt der GF)	90%
Mindesteinkommen (Relevanz mittel)	+ Das Mindesteinkommen beträgt 1500,- brutto. Das ist entsprechend des gesetzlichen Mindestlohnes. (Die wirtschaftliche Lage lässt keine höheren Löhne zu.)	30%
Transparenz und Institutionalisierung (Relevanz niedrig)	<ul style="list-style-type: none"> + Bisher lehnen MitarbeiterInnen die Transparenz der Löhne/Gehälter ab. Diese wird von der GF ins Gespräch gebracht und diskutiert. - Es gibt keine schriftliche Fixierung der Maximalspreizung und des Mindestlohns als Leitlinie. 	10%

Hinweise:

C5 Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz	Selbsteinschätzung: 60%	 	AuditorInneneinschätzung: 60%
--	-------------------------	--	-------------------------------



Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:

Grad der Transparenz (Relevanz gering)	<ul style="list-style-type: none"> + 50% der kritischen Daten sind für AbteilungsleiterInnen online einsehbar. + Informationen zu wichtigen Entscheidungen in den Führungsgremien werden in den Abteilungsbesprechungen/ Teamsitzungen weiter gegeben. Auf ein wertschätzendes und offenes Klima wird großer Wert gelegt. + Neue MitarbeiterInnen kommen zunächst zum Probearbeiten, danach wird im Team darüber gesprochen. - Transparenz über Neueinstellungen ist nur auf AbteilungsleiterInnenebene gegeben. 	40%
Legitimierung der Führungskräfte (Relevanz mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Führungskräfte werden vom Kuratorium eingestellt, entsprechend der Stiftungssatzung. Die Entscheidungen stehen dadurch unter öffentlicher Kontrolle, bzw. der Kontrolle der StifterInnen. - Wahlen der Führungskräfte durch die MitarbeiterInnen finden nicht statt, es sei denn indirekt, wenn sie Mitglied im Stiftungsrat sind. 	30%
Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Mitbestimmung der AbteilungsleiterInnen auch bei Investitionsentscheidungen + Abläufe und sonstige Vereinbarungen werden in den Teamsitzungen 	60%

	<p>besprochen und gemeinsam diskutiert und soweit möglich beschlossen. Ein Großteil der Entscheidungen werden im AbteilungsleiterInnenteam getroffen. Wenn die Entscheidung nicht getroffen werden kann, wird sie ans Leitungsteam weitergegeben. Die Entscheidungen werden dann nochmal schriftlich mitgeteilt und die Behindertenbeauftragten besprechen sie dann nochmal mit den Betroffenen, damit diese die Vereinbarungen auch verstehen.</p> <ul style="list-style-type: none"> + Zweimal im Jahr gibt es Betriebsversammlungen. + Es gibt keine Gewinnverteilung, da Überschüsse wieder reinvestiert werden. + Es wird eine „offene Tür“ zur Geschäftsführung kultiviert, sodass MitarbeiterInnen jederzeit in den Team- und AbteilungsleiterInnentreffen ungelöste Probleme vorbringen können. 	
Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen/ unabhängige Stiftungen (Relevanz mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Jeder kann durch Mindeststiftung von 500,- oder Zeitstiftung durch ehrenamtlichen Einsatz in den Stiferrrat kommen, der wiederum das Kuratorium wählt. + Nicht nur die MitarbeiterInnen sondern die gesamte Bürgerschaft kann so Einfluss auf die Stiftung nehmen. 	100%

Hinweise:

D1 Ethische Kundenbeziehung	Selbsteinschätzung: 30%	 	AuditorInneneinschätzung: 60%
------------------------------------	-------------------------	--	-------------------------------

Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:



Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing + Verkauf) (Relevanz: hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Die Stiftung leitet ihre gesamten Handlungsvorgaben aus den Leitlinien und den drei Hauptsäulen der Nachhaltigkeit ab. In diesem Sinne werden die MitarbeiterInnen geschult. 	60%
---	--	-----

	<ul style="list-style-type: none"> + Die Wünsche der KundInnen haben oberste Priorität, müssen aber auch im gesunden Verhältnis zu den Bedürfnissen der MA stehen. + Den KundInnen werden qualitativ hochwertige Angebote gemacht wie z.B. regionale und saisonale Produkte, wenn möglich auch bio, slow food und ein angenehmes und entspanntes Ambiente zu angemessenen Preisen. + KundInnen wird nicht so viel wie möglich verkauft, sondern zur Suffizienz geraten, sodass möglichst wenig Essen übrig bleibt. - Die Leitlinien sind nicht allen MitarbeiterInnen bekannt. - Der Betrieb ist mit knapp 50% noch nicht genügend ausgelastet. Es hat jedoch eine kontinuierliche Steigerungsrate stattgefunden. 	
<p>Produkttransparenz, Fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen (Relevanz: mittel)</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Preise und Service werden den KundInnen transparent gemacht, z.B. auch, dass Ressourcenschonung beinhaltet, nicht täglich zu reinigen oder Wäsche zu wechseln. + Die Kostenkalkulation ist auf Wunsch transparent, da sie komplexer ist. Manche Produkte werden durch andere Produkte quersubventioniert, um die Kostendeckung zu erreichen. + Die Preise sind kostendeckend, aber nicht auf Gewinn ausgerichtet. + Die Stiftung ist allen Stakeholdergruppen gegenüber verpflichtet. Die Servicebereitschaft endet daher da, wo die Interessen anderer Stakeholder, z.B. der Bürger i.A. berührt werden. Deshalb werden die MitarbeiterInnen darin geschult, auch mal „nein“ sagen zu können, z.B. wenn KundInnen Preise erwarten, zu denen keine faire und qualitativ hochwertige Dienstleistung zu gewährleisten ist. + „unethische KundInnen“ werden bewusst nicht aussortiert, sondern in Kommunikation der ethischen Werte der Stiftung gehalten in der Hoffnung, ihre Einstellungen positiv verändern zu können. Dazu gibt es auch immer wieder Rückmeldungen von KundInnen, die durch Vorträge oder Seminare nachdenklicher werden. - MitarbeiterInnen müssen manchmal vor abwertenden Bemerkungen 	<p>50%</p>

	<p>von Gästen geschützt werden, z.B auch gerade IntegrationsmitarbeiterInnen, bzw. der souveräne Umgang mit solchen KundInnen muss noch weiter entwickelt werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Kostentransparenz ist für die KundInnen noch nicht so weit hergestellt, dass sie die am Gemeinwohl orientierten Leistungen auch entsprechend wertschätzen können. 	
Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung/ Marktforschung (Relevanz: mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Die Rückmeldungen der KundInnen werden regelmäßig ausgewertet und neue Erkenntnisse zu Verbesserungsmöglichkeiten werden umgesetzt. Die Rückmeldungen sind direkt beim Servicepersonal möglich oder auch als schriftliche Rückmeldungen. Onlinebewertungen sind öffentlich einsehbar. + Grundsätzlich wird versucht, jeden Kundenwunsch zu erfüllen, sofern er nicht mit den Leitlinien kollidiert (z.B. im Winter keine Erdbeeren) + Kundenwünsche sind besonders im Seminarbereich sehr individuell. Die Möglichkeiten zur Erfüllung dieser Wünsche werden direkt mit den KundInnen besprochen, daher wird ein zusätzlicher KundInnenbeirat als nicht Mehrwert stiftend betrachtet. + Neue Projekte von der Seite der KundInnen oder BürgerInnen können in die Stiftung eingebracht und Projekte weiter entwickelt werden. Dies ist bereits bei mehreren Projekten der Fall gewesen. 	60%
Service-Management (Relevanz: mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Die Zufriedenheit der KundInnen wird automatisch abgefragt. Die Zufriedenheit mit den einzelnen Serviceangeboten liegt bei über 85%, im Holyday-check sogar bei 97%. Auch Rückmeldungen im Gästebuch und den Buchungslisten werden regelmäßig besprochen und Verbesserungen umgesetzt. Beschwerden werden entsprechend ernst genommen. + Einige KundInnen haben sich beschwert über fehlende Fernseher auf den Zimmern. Zum einen wurde dies zum Anlass genommen, das Konzept der „Entschleunigung“ vorzustellen, andererseits auch einige Zimmer mit Fernsehern ausgestattet. Außerdem gibt es mehrere Leihcomputer und Internet, die zur Verfügung gestellt werden können, 	60%

	<p>falls hier Bedarf besteht.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Im Beschwerdemanagement gibt es noch Schulungsbedarf, um die MitarbeiterInnen im Selbstbewusstsein zu stärken und die Werte der Stiftung nach außen besser vertreten zu können. 	
--	---	--

Hinweise:

D2 Solidarität mit Mitunternehmern	Selbsteinschätzung: 60%	 	AuditorInneneinschätzung: 60%
---	-------------------------	--	-------------------------------



Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:

Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie (25%)	<ul style="list-style-type: none"> + Die Stiftung ist selbst in der glücklichen Lage, Empfängerin von zahlreichen Unterstützungen durch andere Firmen zu sein, die ihnen z.B. Spenden in Form von Arbeitsleistungen geben, oder sie im Marketing unterstützen. Dies zeigt, wie gut das Unternehmen in der Region eingebettet und gewollt ist. + Das Unternehmen gibt v.a. Informationen an andere Einrichtungen weiter, teilweise interessieren sich auch ganze Gemeinden für das Projekt. Alle Projekte der Stiftung sind auf Informationsweitergabe ausgelegt, z.B. auch die „Lernpaten“ und weitere Organisationen für Lernhilfen. Für Mitglieder der „Embracehotels“ gibt es Vergünstigungen für Unterkunft und Verpflegung. + Vernetzung und Austausch mit den Kompetenzzentren „LDE“, Lernen durch Engagement. + Kooperation mit anderen Embrace-Hotels durch Besuche und Austausch. 	50%
Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln. Kooperative Marktteilnahme (50%)	<ul style="list-style-type: none"> + Unterstützung wird z.B. dem Tourismus Verein gegeben durch Ausleihen von Arbeitskräften für Bachreinigungen oder auch bei Ernten 	50%

	<p>auf den Streuobstwiesen.</p> <ul style="list-style-type: none"> + Weitergabe von Finanzmitteln an andere Projekte durch gemeinsame Spendenwerbung mit anderen Initiativen. 	
Kooperatives Marketing (25%)	<ul style="list-style-type: none"> + Entwicklung einer gemeinsamen Plattform mit anderen integrativen Einrichtungen auf Xing. Es gibt zahlreiche Kooperationen mit anderen Integrationsbetrieben, den Wichern Werkstätten, dem Pfalzkrankenhaus, Ausbildungsstätten und dem Arbeitsamt sowie dem Verbund der Embracehotels. + Gemeinsame Aktionen mit dem Tourismusbüro Bergzabern (Mandelblüte) + gute Einbindung und Verbindung mit Dorfprojekten, z.B. beim Dorferneuerungsprojekt und im Klosterverein. 	70%

Hinweise:

D3 Ökologische Gestaltung Produkte & Dienstleistungen	Selbsteinschätzung: 60%	 	AuditorInneneinschätzung: 50%
--	-------------------------	--	-------------------------------



Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:

<p>Effizienz, Resilienz und Konsistenz. P/ D sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen (Relevanz hoch)</p>	<ul style="list-style-type: none"> + fast keine Einwegverpackungen beim Frühstück, + im Büro wird kaum Papier verwendet, wenn, dann Recyclingpapier, + Jeden Donnerstag ist Veggieday, + Auch sonst gibt es vegetarische/vegane Speiseangebote, keine Schnitzel mit Pommes, + Ökologischer Standard weit über Branchenniveau. 	60%
--	--	-----

<p>Suffizienz: Aktive Gestaltung für eine ökolog. Nutzung und suffizienten Konsum (Relevanz mittel)</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Sparsamkeit beim Umgang mit den Ressourcen und die Verwendung von langlebigen Produkten ist in den Leitlinien sowie auf allen Unternehmensebenen verankert. + Es gibt auf den meisten Zimmern keinen Fernseher. + Nur regionale Getränke werden angeboten. + Angebotene Seminare regen zum Nachdenken über einen suffizienten Lebensstil an. + KundInnen werden z.B. bei Festen zu suffizientem Konsum bzgl. ihrer Bestellungen angeregt. Die KundInnen sind dafür im Nachhinein sehr dankbar. - In der Werbebroschüre sind (noch) Obstkörbe mit exotischen Früchten abgebildet. - Es gibt keinen ökologischen Fußabdruck für das Gesamtunternehmen. 	50%
<p>Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber (Relevanz mittel)</p>	<ul style="list-style-type: none"> + In Broschüren und auf der Homepage werden ökologische Grundlagen des Hauses erläutert. + Jeder neue Gast wird von der Geschäftsführung persönlich begrüßt, bekommt Informationen zur Trägerschaft und den Leitlinien und wird gebeten, dass er ökologische Grundsätze unterstützt. Diese sind auch Inhalt der Verträge mit BankettkundInnen. Auf Wunsch bekommen die KundInnen auch eine Führung durchs Haus. 	50%

Hinweise:



D4 Soziale Gestaltung Produkte und Dienstleistungen	Selbsteinschätzung: 90%	 	AuditorInneneinschätzung: 80%
--	-------------------------	--	-------------------------------

Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:

<p>Erleichterter Zugang zu Informationen/Produkten/Dienstleistungen für benachteiligte KundInnen-Gruppen (Relevanz hoch)</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Es wurden zahlreiche Maßnahmen ergriffen, um den behindertengerechten Zugang im Hotel zu sichern wie Aufzüge, Behindertentoilette, stufenlose Wege, zwei behindertengerechte Zimmer und Beschilderung, Lupen in der Speisekarte, weitere Maßnahmen sind geplant, sobald die Investitionsmittel vorhanden sind. + Für Non-Profit-Unternehmen gibt es deutlich ermäßigte Tagungspreise. - Es gibt noch weitere notwendige Investitionsmaßnahmen, um größere Behindertengruppen aufnehmen zu können, dies scheitert derzeit noch an fehlenden Investitionsmitteln (z.B. Fahrstuhl zu Zimmern in oberen Stockwerken, weitere Einrichtung von Zimmern für Behinderte). 	<p>70%</p>
<p>Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt (Relevanz mittel)</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Besondere Angebote für Familien mit Kindern wie Wickeltisch, Spielecke, Kinderbetreuung (teilweise auf Seminaren kostenlos), Märchenerzähler, Bastelangebote. + Naturnaher Spielplatz im Park, besonders beliebt beim Brunch zur Unterstützung von Familien + Es gibt sogar für Tagungen im Non-Profit-Bereich die Möglichkeit für ein kostenloses Matrazenlager in einem sehr schönen Raum mit Selbstverpflegungsmöglichkeit. + Örtlichen Vereinen steht der Stiftungsraum kostenlos für Veranstaltungen zur Verfügung, um engagierte Bürger vor Ort zu unterstützen. + Für Non-Profit-Organisationen und Chöre gibt es deutlich ermäßigte Tagungspreise. 	<p>90%</p>

Hinweise:

D5 Erhöhung der soz. + ökol. Branchenstandards	Selbsteinschätzung: 60%	 	AuditorInneneinschätzung: 70%
---	-------------------------	--	-------------------------------



Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:

Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern in der Wertschöpfungskette (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Das Stiftungsmodell ist beispielgebend, das Modell wird teilweise kopiert bzw. nicht rechtsfähige andere Stiftungen schlüpfen unter das Dach der Bürgerstiftung. + Mitglied in verschiedenen Verbänden wie im Expertenkreis „Mission Investing“ des Bundesverbandes deutscher Stiftungen als Vertretung für Bürgerstiftungen, bei der Dehoga und den Embrace Hotels. In allen Organisationen setzt sich die Stiftung für höhere, verbindliche Standards ein. Dies hat zumindest zu einer Kampagne bei der Dehoga geführt, für höhere Ausbildungsstandards einzutreten. 	70%
Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards (Relevanz mittel)	<ul style="list-style-type: none"> + Einsatz für mehr Barrierefreiheit in den Embracehotels + Anstrengung eines Modellgerichtsverfahrens, um bei der Berufsgenossenschaft günstigere Bedingungen für Integrationsbetriebe zu erreichen, was jedoch vorerst keinen Erfolg hatte. + Die Stiftung geht mit gutem Beispiel voran und hat selbst zahlreiche Zertifikate erhalten wie Nachhaltigkeitszertifikat, Siegel für Barrierefreiheit, eine Auszeichnung der Unesco für nachhaltige Bildung und von der Caritas für vorbildliche Integrationsarbeit. + Auch zu Ministerien konnte Kontakt hergestellt und das Modell mehrfach vorgestellt werden. 	50%
Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + Da das Unternehmen noch sehr jung ist, gibt es auch keine Evaluationen oder langfristige Beobachtungen. Es ist jedoch bemerkenswert, wieviel Aufmerksamkeit die Bürgerstiftung in der 	80%

	<p>kurzen Zeit seit 2010 bekommen hat, dies insbesondere als Vorbildprojekt im Bereich Integration von Behinderten.</p> <p>+ Alle verfügbaren Mittel der Stiftung fließen in die Verbesserung der Standards</p>	
--	---	--

Hinweise:

E1 Sinn und Gesellschaftliche Wirkung der Prod/DL	Selbsteinschätzung: 70%	 	AuditorInneneinschätzung: 90%
--	-------------------------	--	-------------------------------



Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:

<p>Produkte/Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder dienen der Entwicklung der Menschen/der Gemeinschaft/der Erde und generieren positiven Nutzen (Relevanz hoch)</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Die Bürgerstiftung wurde einzig zu dem Zweck gegründet, das Gemeinwohl der Region zu fördern mit unterschiedlichen, von den BürgerInnen selbstbestimmten Projekten. + Die verschiedenen Tätigkeiten dienen in hohem Maße den sozialen, regionalen und kulturellen Bedürfnissen für ein gutes Leben. + Evt. negative Auswirkungen des Angebotes Übernachtung und Verpflegung werden durch große Anstrengungen des Betriebes minimiert. + Hoher Einsatz für die Erhaltung und behutsame Renovierung und Ergänzung eines alten Gebäudes, das wichtig ist für die dörfliche Identität. + Die Zimmer und auch das sonstige Angebot entsprechen dem Standard „Grundbedürfnisse bis gutes Leben“ und keinen Luxusbedürfnissen. 	80%
<p>Ökologischer und sozialer Vergleich der</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Das soziale und kulturelle Engagement ist weit über dem 	90%

Produkte/Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen (Relevanz mittel oder hoch)	<p>Branchenstandard. Die Konzeption der Bürgerstiftung in dieser Art stellt eine Innovation dar, die regional, aber auch zunehmend überregional viel Anerkennung erfährt und schon mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet wurde. (z.B. Bürgerstiftungspreis 2013 der nationalen Stadtentwicklung, Caritas etc., siehe auch D5)</p> <p>+ Die Unesco zeichnet die Stiftung als Dekadeprojekt aus.</p>	
--	--	--

Hinweise:

E2 Beitrag zum Gemeinwesen	Selbsteinschätzung: 90%	 	AuditorInneneinschätzung: 90%
-----------------------------------	-------------------------	--	-------------------------------



Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:

Leistungen (Relevanz hoch)	<p>+ Engagement geschieht hauptsächlich durch Weitergabe von Informationen, z.B. durch Vorträge und Seminare, z.B. zu neuen Finanzierungsmodellen, Fundraising etc. Diese Aktivitäten haben einen Umfang von ca. 50 Tagen im Jahr hauptsächlich von der Geschäftsführung aus, was ca. 1% der Jahresleistung entspricht. Dazu gehören Beratungen von Sozialunternehmern, die ebenfalls den Aufbau eines Integrationsbetriebes planen, Studierende, die sich eine Hausführung und einen Einblick in die Konzeption wünschen, Ortsgemeinden, die sich durch die innovative Lösung eines Leerstandproblems Anregungen holen wollen und Vertreter von NGOs, die sich einen Know-How –Transfer in Sachen Mittelbeschaffung, Mission Investing, Marketing, Organisation und Stifungswesen wünschen.</p>	90%
----------------------------	--	-----

	<ul style="list-style-type: none"> + Ein Großteil der Projekte der Stiftung basieren auf ehrenamtlicher Arbeit, die durch 50.000,-€ Pachtertrag aus der Keysermühle unterstützt und professionalisiert wird, z.B. ein Projekt für Jugendhilfe. Dieser Beitrag macht ca. 4% des Umsatzes aus. + der Anteil der Ehrenamtlichen in den verschiedenen Projekten der Stiftung macht im Vergleich zu den bezahlten Tätigkeiten ca. 20% aus. 	
Wirkungen (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + In einem umfangreichen Tätigkeitsbericht legt die Stiftung dar, was in den einzelnen Projekten erreicht werden konnte. + Durch Projekte wie Lernen durch Engagement, Ausbildungspaten oder LernpatInnen werden viele Jugendliche der Region erreicht, die sonst kaum Chancen hätten auf ein selbstbestimmtes Leben. Derzeit sind alleine 150 LernpatInnen an 55 Schulen in der Pfalz tätig. Das Projekt wird fachlich von WissenschaftlerInnen und KinderpsychologInnen betreut und hat sehr gute Ergebnisse gebracht. + Eine Evaluation der Bildungsprojekte erfolgt jährlich. 	80%
Intensität (Relevanz niedrig)	<ul style="list-style-type: none"> + Die Stiftung gibt ihre ganze Kraft, ihr Know-how und Einkünfte in die gemeinwohlorientierten Projekte -> Mission Investing. + Engagement wird nicht nur „absolviert“, sondern es findet ein ständiger Prozess statt, Engagementbereiche zu finden bzw. aufzunehmen und zusammen mit Fachleuten, Schulen oder anderen Institutionen und BürgerInnen Lösungen zu erarbeiten und umzusetzen. 	90%

Hinweise:

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	Selbsteinschätzung: 60%	 	AuditorInneneinschätzung: 50%
---	-------------------------	--	-------------------------------



Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:

<p>Absolute Auswirkungen (Relevanz mittel)</p>	<ul style="list-style-type: none"> + Reisen wurden von der Geschäftsführung mit öffentlichen Verkehrsmitteln getätigt, Reisen mit dem Dienstwagen sind relativ gering, ca. 7000 km/pro Jahr. + Es gibt ein Nachhaltigkeitszertifikat des deutschen Privaten Instituts für Nachhaltigkeit, das allerdings nicht sehr aussagekräftig ist. + Der CO2-Verbrauch wurde durch Umstellung auf Pelletsheizung und Ökostrom um 90% gesenkt. + Die Transportwege für Waren sind sehr gering, da regionale Versorgung bevorzugt wird. + Es gibt eine Kompostieranlage im Garten. + Speisereste werden von der Firma Refood in einer Biogasanlage verarbeitet. + Verwendung von ökologischen Wasch- und Reinigungsmitteln, außer den Reinigungsmitteln für Bettwäsche und Restaurant. + Für Möbel wurden Hölzer aus der Region verwendet, ohne Farben und Lacke. - Weitere Energiesparinvestitionen scheitern derzeit am Geldmangel. - Derzeit gibt es keine Grauwassernutzung. - Es gibt keine Angaben über Feinstaubemissionen der Pelletsanlage, es sind jedoch hochwertige KWB-Kessel. 	<p>30%</p>
<p>Relative Auswirkungen: Im Branchenvergleich liegt das Unternehmen bzgl. Stand der Technik und Gesetzesvorgabe... (Relevanz hoch)</p>	<ul style="list-style-type: none"> + regelmäßige Energiebuchhaltung lässt Spitzenverbräuche erkennen + ein Vergleich mit dem Viktoria Hotel Freiburg zeigt, dass der Heizenergieverbrauch auf die Bettenzahl bezogen nicht höher liegt (Träger von Umweltpreisen), sodass man von einer guten Vergleichslage der Keysermühle ausgehen kann. - es liegen keine eigenen Vergleichszahlen des CO2-Verbrauchs mit 	<p>70%</p>

	vergleichbaren Häusern vor	
Management und Strategie (Relevanz hoch)	<ul style="list-style-type: none"> + ökologische Risiken werden erfasst und bewertet. Anschließend werden daraus Maßnahmenpläne entwickelt und, soweit möglich, umgesetzt. Hierzu fanden umfangreiche Workshops statt (Protokolle vorhanden). + die Mitarbeiter machen von sich aus Vorschläge zur Verbesserung von Wasser- und Energieverbrauch, die auch meist umgesetzt werden. 	50%

Hinweise:

E4 Gemeinwohlorientierte Gewinnausschüttung	Selbsteinschätzung: 100%	 	AuditorInneneinschätzung: 100%
--	-----------------------------	--	-----------------------------------

Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:

Außenausschüttung (Relevanz hoch)	+ Es gibt keine Gewinnausschüttung, dies ist auch durch die Struktur der Stiftung festgelegt.	100%
Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung an „Arbeit-Gebende“, Stärkung des Eigenkapitals sowie ökosoziale Reinvestitionen (Relevanz hoch)	+ Gewinne werden zu 100% für soziale, ökologische oder die eigene Basis stärkende Zwecke verwendet.	100%

Hinweise:

E5 Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung	Selbsteinschätzung: 50%	✓ X	AuditorInneneinschätzung: 90%
---	-------------------------	--------	-------------------------------

Status Quo:

Einordnung laut Handbuch:

Transparenz Umfang GWÖ-Bericht (Relevanz hoch) Oder: GRI-Level Verifizierung	+ Für die Öffentlichkeit relevante Aspekte der verschiedenen Projekte werden offen kommuniziert über die Homepage, den Tätigkeitsbericht und den Newsletter, lokal durch Betriebsführungen und kontrolliert durch den Stiftungsrat.	80%
Mitbestimmung Art der Mitbestimmung und Dokumentation (Relevanz hoch)	+ über das Kuratorium und den Stiftungsrat ist eine Mitbestimmung der Öffentlichkeit an der Wahl der Projekte weitgehend sichergestellt. + Der Stiftungszweck ist ausschließlich auf die Erhöhung des Gemeinwohls ausgerichtet.	90%
Mitbestimmung Umfang der Mitbestimmung und einbezogene Berührungsgruppen (Relevanz mittel)	+ Das Projekt ist eingebettet in die Dorfgemeinschaft und genießt hohe Akzeptanz. Die Stiftung ist im ständigen Dialog mit Stakeholdergruppen, Politik, Wissenschaft, Fachleuten und engagierten Bürgern. + Die Projekte der Bürgerstiftung werden von Bürgerinnen und Bürgern einmal im Jahr in Zukunftswerkstätten entwickelt. Die daraus entwickelten Projekte werden mit den Berührungsgruppen ausführlich diskutiert und Verbesserungsvorschläge aufgenommen.	90%

Hinweise:

3. NEGATIVKRITERIEN

Es werden keine Negativkriterien erfüllt.

AUDITOR/INNEN

Gitta Walchner

Reinhard-Booz-Str. 13

79249 Merzhausen

gwalchner@freenet.de

Datum: 01. April 2015
