renergie Allgäu e.V.

Gemeinwohl-Bericht 2022

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen **5**
Kurzpräsentation des Unternehmens 5
Das Unternehmen und Gemeinwohl 6
Testat **8**
Lieferant*innen **9**
Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe 10
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette 11
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette 11
A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette 14
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette 15
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen 15
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette 16
A2.3 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen 17
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette 18
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette 18
A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette 19
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette 21
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen 21
A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette 22
Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen **24**
Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe 25
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 26
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung 26
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung 26
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen 27
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 29
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung 29
B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln 30
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 31
B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen 31
B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen 32
B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen 33
B4 Eigentum und Mitentscheidung 34
B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur 34
B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme 35
Mitarbeitende **36**
Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe 37
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz 38
C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur 38
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz 41

C1.3 Diversität und Chancengleichheit ... 43
C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen ... 45
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge ... 47
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes ... 47
C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit ... 48
C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance ... 50
C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge ... 51
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden ... 54
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit ... 54
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz ... 55
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse ... 56
C3.4 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens ... 58
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz ... 59
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz ... 59
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte ... 60
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden ... 61
C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates ... 62
Kund*innen und Mitunternehmen ... 63
Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe ... 64
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen ... 65
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen ... 65
D1.2 Barrierefreiheit ... 67
D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen ... 68
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen ... 70
D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen ... 70
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen ... 71
D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen ... 73
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen ... 75
D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz) ... 75
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz) ... 76
D3.3 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen ... 77
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz ... 79
D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung ... 79
D4.2 Produkttransparenz ... 80
D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen ... 81
Gesellschaftliches Umfeld ... 82
Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe ... 83
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen ... 84
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben ... 84
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen ... 86
E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen ... 88
E2 Beitrag zum Gemeinwesen ... 90
E2.1 Steuern und Sozialabgaben ... 90

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens ... 91
E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung ... 93
E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention ... 94
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen ... 96
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie ... 96
E3.2 Relative Auswirkungen ... 97
E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen ... 98
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung ... 100
E4.1 Transparenz ... 100
E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung ... 101
E4.3 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation ... 102
Ausblick ... 103
Kurzfristige Ziele ... 103
Langfristige Ziele ... 103
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU) ... 103
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz ... 104
Anhang ... 105
Anhang 1: Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner ... 105
A: Lieferant*innen ... 105
B: Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen ... 105
C: Mitarbeitende ... 105
D: Kund*innen und Mitunternehmen ... 105
E: Gesellschaftliches Umfeld ... 105
Anhang 2: Liste der Anlagen und Referenzen ... 106

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname	renergie Allgäu e.V.
Rechtsform	e.V.
Eigentum- und Rechtsform	e.V.
Website	www.renergie-allgaeu.de
Branche	
Firmensitz	Kempten, Deutschland
Bilanztyp	Vollbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1
Berichtszeitraum	01.01.2022 bis 31.12.2022
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden	15 Personen
Vollzeitäquivalente	10,25 FTE
Saison- oder Zeitarbeitende	0 Personen
Umsatz	794.187 €
Jahresüberschuss	103.838 €
	(Diese Werte beziehen sich auf das letzte vollständige Geschäftsjahr 2022.)
Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen	

Kurzpräsentation des Unternehmens

renergie Allgäu e.V. ist ein wirtschaftlich und politisch unabhängiger Verein, der sich für die 100%ige Nutzung erneuerbarer Energien und die Verbesserung der Energieeffizienz einsetzt. Gegründet im Jahr 1994, zählt der Verein derzeit858Mitglieder. Angesichts der Endlichkeit fossiler Energieträger, der drohenden Klimaerwärmung und der Schadstoffbelastung sieht der Verein dringenden Handlungsbedarf. Daher treibt renergie Allgäu e.V. mit innovativen Konzepten die Energiewende voran, fördert die regionale Wirtschaft durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und nachhaltigem Wachstum und steigert die Wertschöpfung aus der Energieerzeugung in der Region.

Ziel des Vereins ist es, den Ausbau der erneuerbaren Energien voranzutreiben und durch Bewusstseinsbildung und Aufklärung Verbraucher*innen und Gewerbe für energiesparendes und klimaschonendes Handeln zu gewinnen. Zu diesem Zweck organisiert und führt der Verein Ausstellungen, Messen und Veranstaltungen durch.Ein

weiteres Hauptarbeitsfeld von renergie Allgäu e.V. ist die Beratung der Betreiber*innen von Anlagen für erneuerbare Energien, z.B. in den Bereichen Wirtschaftlichkeit, rechtliche Rahmenbedingungen, u.v.m. Sowie die Beratung von Verbraucher*innen zum sorgsamen und effektiven Umgang mit Energie, z.B. Wohngebäudeberatung, Energienutzungspläne, Energieaudits, u.v.m.. Darüber hinaus setzt sich der Verein für die Einflussnahme auf Entscheidungsträger*innen in Gesetzgebung, Staat, Kommunen und Wirtschaft ein, fördert regionale Versorgungsstrukturen sowie neue Produkte und Entwicklungen im Bereich erneuerbarer Energien.

Im Sommer 2018 gründete renergie Allgäu e.V. die 100%ige Tochterfirma renergie GmbH und etablierte den Bürgerstrom-Marktplatz „cells energy“. Hintergrund dieses neuen Angebots als Stromversorger ist die politische Situation: Ab Januar 2021 fallen jährlich zehntausende Anlagen aus der staatlich gesicherten EEG-Vergütung. Betreiber*innen müssen künftig ihren Strom selbst vermarkten. Hier setzt cells energy an, indem es den Betreiber*innen eine wirtschaftliche Perspektive bietet. Auf dem Bürgerstrom-Marktplatz cells energy treffen Erzeuger*innen von erneuerbaren Energien auf konsumbewusste Verbraucher*innen aus privatem, kommunalem und gewerblichem Umfeld.

Produkte / Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
Biogas-Beratung & Biogas-Infotage	45
Energieberatung Privat- und Gewerbekunden	20
Energieberatung Kommunen	15
Beratung zur Direktvermarktung	5
Beratung zu Photovoltaik, Wind- und Wasserkraft, Biomasse	10

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Im Jahr 2020 haben wir erstmals ein Leitbild für renergie Allgäu e.V. formuliert, das sich aus unseren satzungsgemäßen Grundsätzen ableitet. Es beinhaltet folgende Formulierung: „Wir stehen und arbeiten für eine nachhaltige, klimafreundliche und generationengerechte Lebens- und Wirtschaftsweise, in der ökonomische Interessen immer auch und vor allem ökologischen Ansprüchen gerecht werden müssen. Diese Überzeugung vertreten und verbreiten wir auch über unsere berufliche Arbeit hinaus – frei von gedanklichen oder wirtschaftlichen Abhängigkeiten.“

Im Sommersemester 2022 ist in Zusammenarbeit mit der Hochschule Kempten die erste GWÖ-Bilanz für renergie Allgäu e.V. entstanden. Innerhalb von vier Monaten erstellten zwei Masterstudentinnen des Studiengangs „Innovation, Unternehmertum und Leadership“ gemeinsam uns den GWÖ-Bericht. Im Laufe der Berichterstellung wurden die fünf Berührungsgruppen genau durchleuchtet und alle damit verbunden Prozesse, Ziele, Selbsteinschätzungen und Verbesserungspotentiale erfasst. Für renergie Allgäu e.V. sind wertvolle Impulse entstanden unseren Verein und unsere Beziehungen zu Kund*innen, Lieferant*innen, Mitgliedern, Mitarbeitenden zu verstehen und vor allem zu verbessern. Wir haben uns in den vergangenen beiden Jahren hauptsächlich mit der Berührungsgruppe der Mitarbeitenden beschäftigt und dort Verbesserungen im Bereich Gesundheitsprävention, Arbeitsschutz, Ernährung während der Arbeitszeit.

Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

Über unseren 1. Vorsitzenden, Thomas Hartmann, wurden wir auf das Projekt der Gemeinwohlökonomie aufmerksam. Durch die Erstellung der Gemeinwohlbilanz erhoffen wir uns eine Weiterentwicklung unseres Leitbilds. Da unsere Dienstleistungen sich auf erneuerbare Energien konzentrieren und der Gedanke der Nachhaltigkeit bereits die Grundlage unseres Vereins bildet, möchten wir ermitteln, in welchen Bereichen wir bereits nach den Prinzipien der Gemeinwohlökonomie handeln und wo noch Verbesserungspotenzial besteht.

Nach unserer ersten Gemeinwohlökonomie-Bilanz im Jahr 2022 in Kooperation mit der Hochschule Kempten sind die 5 Bereiche der GWÖ in unser Bewusstsein gerückt und wir haben erste Maßnahmen ergriffen. In unserer monatlichen Gesamtteamsitzung ist ein TOP zur GWÖ etabliert worden, hier wird über Aktionen, Neuerungen, ... berichtet, außerdem werden alle Mitarbeitenden zum Input ermutigt. Besonderes Augenmerk haben wir auf Verbesserungen innerhalb Gruppe der Mitarbeitenden gelegt.

Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

Testat

TESTAT
Externes Audit

Testat gültig bis
31.12.2026

ZertifikatsID
xbk79

Gemeinwohl Bilanz

renergie Allgäu e.V.

Burgstraße 16, DE 87435 Kempten

Wert / Berührungsgruppe	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 20 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 10 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 60 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 60 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 40 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 60 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 30 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 40 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 40 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 50 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 40 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 40 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 80 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 60 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 80 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 30 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 20 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 60 %

BILANZSUMME: 424

Mit diesem Audit Zertifikat bestätigt der International Federation for the Economy for the Common Good e.V. das Ergebnis des ECOnGOOD Audits basierend auf der Version: M5.0 Vollbilanz. Dieses Audit wurde durchgeführt von Roland Wiedemeyer.

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

Hamburg, 03.12.2024

International Federation for the Economy for the Common Good e.V.
Stresemannstraße 23
22769 Hamburg

federation-accounting@econgood.org
Amtsgericht Hamburg, VR 24207

Gus Hagelberg
Executive Director

Markus Müllenschläder
Executive Director

.

Berührungsgruppe A

Lieferant*innen

Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe

Bei der Auswahl unserer Lieferanten in den Bereichen Bürobedarf, technische Ausstattung, Catering und Dienstleistungen legen wir neben der Wirtschaftlichkeit der Angebote besonderen Wert auf Regionalität und Nachhaltigkeit. Das bedeutet, dass wir Unternehmen und Produkte mit möglichst kurzen Lieferwegen bevorzugen und solche mit Öko-Labels und genauen Angaben zur CO2-Bilanz auswählen. Persönliche Geschäftsbeziehungen haben für uns Vorrang, und den Online-Handel nutzen wir nur dort, wo es keine vergleichbaren analogen Alternativen gibt.

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Produkte/ Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?

Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant*innen vorliegen?

Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft?

Aufgrund der Neuanschaffung einer VoIP-Telefonanlage im Jahr 2022 waren größere technische Neuerungen im Bereich Soft- und Hardware notwendig, auch die Neueinstellung von Mitarbeitenden führt zu höheren Ausgaben im Bereich EDV. Nicht wegzudenken sind Softwareprogramme und die dazugehörigen Dienstleistungen für Computerarbeit sowie das notwendige Material für Büro und Printmedien, welche für Kunden im Rahmen der Beratungsleistungen angefertigt werden. Einer unserer größten Lieferanten ist die Ulm Messe GmbH für unsere jährliche Fachmesse Biogas Infotage.

Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?

Wir legen großen Wert auf Regionalität bei der Auswahl unserer Lieferant*innen, soweit dies möglich ist. Insbesondere lassen wir unsere Broschüren und Werbematerialien von einer regionalen Druckerei produzieren. Unsere ausgewählte Druckerei zeichnet sich durch verschiedene Klimaschutzzertifikate aus, arbeitet mit Bio-Rohstoffen, nutzt 100 Prozent Erneuerbare Energien und legt großen Wert auf nachhaltige und faire Arbeitsbedingungen. Weitere wichtige Kriterien bei der Lieferantenauswahl sind Lieferzeiten, Preis und Nachhaltigkeit.

Wenn regionale Lieferant*innen verfügbar sind, bevorzugen wir diese. Leider ist dies nicht in allen Bereichen z.B. EDV/ Software möglich, da es schlichtweg keine regionalen Anbieter gibt. Die Gewichtung der Kriterien variiert je nach Produkt. Wir sind bereit, dem Preis eine untergeordnete Rolle einzuräumen, wobei er jedoch nicht völlig außer Acht gelassen wird.

Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Wir setzen uns für eine nachhaltige, klimafreundliche und generationengerechte Lebens- und Wirtschaftsweise ein, bei der ökonomische Interessen stets auch ökologischen Ansprüchen gerecht werden müssen. Unsere Zulieferer stammen fast ausschließlich aus dem Allgäu bzw. aus Deutschland, was uns überzeugt, dass hohe Sozialstandards eingehalten werden. Eine gesonderte Evaluierung erfolgt nur in Einzelfällen, zum Beispiel wenn bei der Auswahl eines neuen Lieferanten verschiedene Optionen zur Verfügung stehen. Zukünftig ist geplant neue Lieferanten anhand einer Umfrage über das Tool "LamaPoll" über die Standards zu befragen, diese Befragung soll auch auf Bestands-Lieferanten erweitert werden.

Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant*innen vorliegen?

Unsere Zulieferer kommen primär aus dem Allgäu bzw. aus Deutschland, deshalb und da wir zu den meisten einen persönlichen Kontakt pflegen, gehen wir davon aus, dass in allen Unternehmen die Menschenwürde gewahrt wird. Darüber hinaus informieren wir uns im Einzelfall auf den Webseiten unserer Zulieferer über ihre

Firmenphilosophie, Nachhaltigkeitsziele und Arbeitsbedingungen. Zukünftig ist geplant neue Lieferanten anhand einer Umfrage über das Tool "LamaPoll" über die Standards zu befragen, diese Befragung soll auch auf Bestands-Lieferanten erweitert werden.

Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?

Aufgrund unserer eher kleineren Einkaufsmengen bei unseren Lieferant*innen haben wir keinen wirklichen Einfluss auf diese. Sollte uns doch etwas nicht richtig vorkommen, setzen wir hier auf den persönlichen Dialog. Zukünftig ist geplant neue Lieferanten anhand einer Umfrage über das Tool "LamaPoll" über die Standards zu befragen, diese Befragung soll auch auf Bestands-Lieferanten erweitert werden.

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Unsere zugekauften Produkte bzw. Dienstleistungen sind wie folgt zertifiziert.

DIN ISO 12647-2:PSO - alkoholfreier Offsetdruck mit mineralölarmen Farben

DIN EN ISO 14001- Management der Umwelt

EN ISO 50001- Management der Energie

FSC C 101851- Nachhaltung und Verantwortungsbewusst Gemeinwohlökonomie

TÜV-ID 0000075673 – Corporate Carbon Footprint

GEOTrust Security-Siegel – Datenverschlüsselung bzw. Sicherheit

BSI-DSZ-CC-1173-2021 – Deutsches IT-Sicherheitszertifikat

ISO/IEC 27701 – IT-Datenschutz

Anteil der zugekauften Produkte/ Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

2022

Branche	Ausgaben (in €)
J - Information und Kommunikation	29.713,88
O - Öffentliche Verwaltung, Verteidigung, Sozialversicherungswesen	13.309,90
S - Andere Dienstleistungen	3.010,32
S - Andere Dienstleistungen	60.487,85
S - Andere Dienstleistungen	12.000
Übrige Lieferanten	24.347,05

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

2022

90 %

Da die meisten Produkte bzw. Dienstleistungen aus Deutschland stammen oder regional bezogen werden, gehen wir hier nicht von Verstößen gegen faire Arbeitsbedingungen, die Angabe oben ist eine reine Schätzung.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Informationen über Lieferant*innen sammeln

Lieferant*innen-Fragebogen versenden

Kriterienkatalog und Gesprächsleitfaden für Befragung erstellen

Zugekaufte Produkte und Rohstoffe auf Label / Siegel prüfen

Lebensdauer und Wiederverwertbarkeit bei zugekauften Produkten und Rohstoffen prüfen

Herkunftsland und Regionalität bei zugekauften Produkten und Rohstoffen beachten

Selbsteinschätzung

2

Fortgeschritten

Erste Maßnahmen zur Etablierung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen bei den Lieferant*innen werden umgesetzt. Zusätzlich wird die gesamte Zulieferkette hinsichtlich menschenwürdiger Arbeitsbedingungen evaluiert.

Der persönliche Dialog besteht mit einigen Lieferant*innen auch aufgrund von Regionalität. Bei einigen Lieferanten gibt es jedoch kaum Wissen bezüglich der Arbeitsbedingungen, eine umfassende Evaluierung findet nicht statt.

A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?

Wir lehnen Geschäftskontakte jeglicher Art zu Unternehmen, die ethisch und sozial fragwürdige Geschäftspraktiken betreiben grundsätzlich ab. Wir sind uns sicher, dass jeder unserer direkten Zulieferbetriebe diese Voraussetzungen erfüllt. Wir haben aber keine vertieften Kenntnisse über unsere Lieferkette.

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

Wir wählen unsere Zulieferer sehr bewusst und vorrangig nach regionalen und nachhaltigen Gesichtspunkten aus. Dazu gehören auch faire Arbeitsbedingungen, die keine Verletzungen der Menschenwürde zulassen. Bisher gab es diesbezüglich keine Probleme und entsprechend keinen Handlungsbedarf.

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant sind

2022

20 %

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch unbedenklich sind

2022

80 %

Wir wählen unsere Lieferant*innen sorgfältig aus, legen großen Wert auf Regionalität und Firmen mit Sitz in Deutschland. Wir gehen davon aus, dass Betriebe mit diesen Standorten ethisch unbedenklich sind. Seriös abschätzbar ist dieser Wert für uns allerdings nicht. Wir gehen davon aus, dass max. im Bereich der elektronischen Produkte (Hardware, Handys,...) ethische Risiken bestehen. Diese Lieferketten sind für uns allerdings sehr schwer bis unmöglich durchschaubar.

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

Das Unternehmen hat geringe Risiken in der Zulieferkette bzw. reduziert die potenziellen negativen sozialen Auswirkungen in der Zulieferkette auf ein Minimum.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Berichtsfragen

Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?

Wie zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?

Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?

Wir akzeptieren normalerweise die von unseren Lieferanten vorgegebenen Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen und setzen zu keinen Nachverhandlungen an.

Wie zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?

Da wir normalerweise die von unseren Lieferanten vorgegebenen Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen akzeptieren, gehen wir davon aus, dass die Lieferanten damit auch zufrieden sind. Bisher haben wir auch kein negatives Feedback bezüglich der oben genannten Bedingungen von den Lieferant*innen erhalten.

Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Wir machen keine Nachverhandlungen, da dies nicht unseren Leitlinien entspricht und wir meist von Haus aus bereits Rabatt von unseren Lieferant*innen erhalten.

Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen

2022

10,25 Jahre

Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant*innen

2022

90 %

renergie Allgäu e.V. bietet fast ausschließlich Beratungsdienstleistungen an und somit liegt die Schätzung bei 90%

Verbesserungspotenziale/Ziele

Mehr direkte Gespräche mit Lieferanten führen

Selbsteinschätzung

2

Fortgeschritten

Maßnahmen zur Etablierung fairer Geschäftsbeziehungen mit Lieferant*innen sind erfolgreich umgesetzt. Die durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen beträgt mind. drei Jahre, und/ oder die Lieferant*innen sind bis auf wenige Ausnahmen zufrieden mit der Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen. Eine Auseinandersetzung bezüglich einer gerechten Verteilung der Wertschöpfung findet statt, und Strategien und Maßnahmen werden abgeleitet.

Es finden keine Nachverhandlungen mit Lieferant*innen statt, die Geschäftsbeziehungen beruhen auf gegenseitiger Wertschätzung, alle sind mit dem bestehenden Geschäftsverhältnis sehr zufrieden.

A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

Unser Unternehmen verfolgt gezielte Strategien, um innerhalb unseres Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten zu gewährleisten. Ein Beispiel hierfür ist unser Stromzulieferer, der Bürgerstrom-Marktplatz „cells energy“. Wir sind überzeugt, dass bei den beteiligten Unternehmen ein fairer und solidarischer Umgang mit den Mitarbeitenden besteht, da es sich hauptsächlich um kleine und kleinste Familienbetriebe handelt.

Wenn möglich, wählen wir unsere Lieferant*innen nach Regionalität aus und bevorzugen somit häufig Familienbetriebe und kleine sowie mittlere Unternehmen (KMUs). Diese Vorgehensweise unterstützt nicht nur die lokale Wirtschaft, sondern fördert auch soziale und faire Arbeitsbedingungen.

Wir stehen und arbeiten für eine nachhaltige, klimafreundliche und generationengerechte Lebens- und Wirtschaftsweise, in der ökonomische Interessen immer auch und vor allem ökologischen Ansprüchen gerecht werden müssen.

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Wir arbeiten und interagieren mit allen Partnern sachlich und aufgeschlossen. Wir legen Wert auf Gemeinsinn und Aufrichtigkeit. Wir prüfen den Wert unserer Arbeit, unserer Zulieferer und aller Beteiligten intern und extern selbstkritisch. Durch unsere Beratungen bezüglich Erneuerbaren Energien und Energieeffizienz üben wir Einfluss auf die soziale Gerechtigkeit aus.

Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Wir sehen uns nicht in der Lage als sehr kleines Unternehmen, Missstände zu überprüfen, da uns hierfür die personellen Ressourcen fehlen und wir gegenüber teilweise sehr viel größeren Zulieferern auch keine Möglichkeit sehen, Missstände aufzudecken. Indem wir jedoch Wege und Lösungen anbieten, wie auch künftige Generationen noch einen lebenswerten Lebensraum vorfinden können, überprüfen wir auch in Gesprächen, inwieweit die Unternehmen entlang der Zulieferkette bereits aufgeklärt sind.

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt

2022

3 %

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert

2022

10 %

Seit unserer ersten GWÖ-Bilanz im Jahr 2020 haben wir mit unterschiedlichen Lieferant*innen über das Thema Gemeinwohlökonomie und die damit verbunden Werte gesprochen. Konkret thematisiert in einem

wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

persönlichen Gespräch wurde das mit den Firmen Ulm-Messe GmbH, InfraServ GmbH & Co. Gendorf KG, Weltladen, Druckerei Uhl, Kathrein EDV.

Eine jährliche Lieferant*innen-Befragung ist für die Zukunft geplant.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Thematisierung des Aspekts mit allen Lieferant*innen sowie Prüfung auf bestehende Labels (Evaluierung). Motivation der Lieferant*innen zur Erstellung einer GWÖ oder ähnlichem sowie zur Zertifizierung ihres sozialen Engagements

Selbsteinschätzung

1

Erste Schritte

Das Unternehmen verschafft sich erste Informationen zu Risiken und Missständen bzgl. Solidarität und Gerechtigkeit entlang der Zulieferkette. Erste Maßnahmen zur positiven Beeinflussung eines fairen und solidarischen Umgangs aller Beteiligten entlang der Zulieferkette werden umgesetzt. Einige eingekaufte Produkte und Rohwaren tragen ein Label, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt.

A2.3 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfragen

Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant*innen, und wie wird sie eingesetzt?

Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?

Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant*innen und wie wird sie eingesetzt?

Wir nehmen keinen Einfluss auf Lieferant*innen und können aufgrund unserer geringen Größe keine Marktmacht ausüben. Vor dem Unterschreiben von Verträgen wird jedoch geprüft, ob man irgendwelche Risiken minimieren kann.

Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?

Wir haben keine Hinweise darüber.

Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

Uns liegen keine Beschwerden vor und wir haben auch keine Hinweise hierzu erhalten

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

Das Unternehmen hat ein geringes Risiko zur Ausnutzung der Marktmacht und reduziert die potenziellen negativen Auswirkungen durch die bestehende Marktmacht auf ein Minimum.

renergie Allgäu e.V. besitzt keine Marktmacht.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?

Welche Arten von Energie und Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?

Nach welchen Kriterien werden Rohwaren, Produkte, Dienstleistungen ausgewählt?

Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?

Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?

Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?

Welche Unterschiede gibt es zum Mitbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?

Als reiner Beratungsdienstleister haben wir keinen Einsatz von Rohstoffen im klassischen Sinn zu verzeichnen. Es fallen allerdings natürlich folgende Posten an: Hardware, Büromaterial, Miete, Heizung, Strom.

Welche Art von Energie, Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?

Wir setzten ausschließlich Strom aus 100% Erneuerbaren Energien ein, den wir über den Bürgerstrom-Marktplatz *cells energy* beziehen.

Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

Wir wählen unsere Produkte und Dienstleistungen nach Regionalität, Nachhaltigkeit, Lieferzeit und Preis aus. Rohware ist bei uns nicht im Einsatz.

Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Wir halten die Öko-Label unserer Zulieferer (bei Druckfarbe, FSC bei Papier) für klare Aussagen bzgl. der ökologischen Risiken. Somit wird garantiert, dass wir hier keine ökologischen Risiken eingehen.

Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?

Wir sind uns bewusst, dass es bei der Herstellung von Hardware (PC, Laptop, Handy, Telefone) zu schädlichen Umweltauswirkungen kommt. Wir setzten darauf, dass wir unsere Produkte lang verwenden und auch wenn möglich reparieren. Es gibt keine standardmäßigen Fristen, nach welchen diese Komponenten ausgetauscht werden (z.B. alle 2 Jahre neue Laptops für die Mitarbeitenden).

Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?

Die einzelnen Zertifikate, die wir berücksichtigen, wurden bereits im Teil A 1.1 aufgelistet. Zudem wird darauf geachtet, dass wir nur Strom aus Erneuerbaren Energien über den Bürgerstrom-Marktplatz cells energy beziehen.

Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?

Wir ermutigen unsere Zulieferer, Kunde auf dem Bürgerstrom-Marktplatz „cells energy“ zu werden und somit Strom aus 100% Erneuerbaren Quellen zu beziehen und bemühen uns Zulieferer im näheren Umkreis zu finden.

Welche Unterschiede gibt es zu Mitbewerbern hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Wir haben kein Wissen über den Einkauf unserer Mitbewerber.

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind

2022

3 %

Es existieren keine Belege/ Statistiken zu dieser Schätzung. Wir gehen davon aus, dass der Einkauf im "Weltladen" und in der Druckerei Uhl (GWÖ-zertiziziert) sowie bei unserem Bürgerstrom-Marktplatz "cells energy" die ökologisch höherwertigen Alternativen sind. Die Werte können in der Lieferant*innen-Tabelle im Anhang nachvollzogen werden.

Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen

2022

30 %

Verbesserungspotenziale/Ziele

Regionale Lebensmittel für Büro / Kantine beziehen

Informationen über Lieferant*innen sammeln

Lieferanten besser evaluieren und auf Zertifikate prüfen

Selbsteinschätzung

3

Fortgeschritten

Erste Maßnahmen zur Reduktion ökologischer Risiken/ Auswirkungen zugekaufter Produkte/ Dienstleistungen werden umgesetzt, eine Auseinandersetzung mit der Reduktion des Verbrauchs umweltschädlicher Produkte findet statt. Es gibt ein erstes Einwirken auf Lieferant*innen, um schädliche Umweltauswirkungen zu reduzieren.

A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?

Von unseren bezogenen Produkten weisen die Hardwaregeräte möglicherweise die schädlichsten Auswirkungen auf, da diese nach ihrem Gebrauch entsorgt und meist nicht recycelt werden. Auch das intensive Streamen bzw. Surfen im Rahmen unserer Beratungsleistungen benötigt Webspace und sorgt somit dafür, dass Datenbanken noch schneller arbeiten müssen, was nachweislich schädlich für die Umwelt ist.

Negativ, weil ressourcenintensiv, sind unsere ausgedruckten Printmedien - hier vor allem die sechsmal jährlich erscheinende Mitgliederzeitung "renergie aktuell".

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

Wir versuchen unseren CO2 Ausstoß mit Einsparungsmaßnahmen sowie Ausgleichszertifikaten für beispielsweise bedrucktes Papier auszugleichen. Unseren

Strom beziehen wir konsequent nur aus Erneuerbaren Energien.
Den Papierverbrauch reduzieren wir mehr und mehr, indem wir unsere Mitglieder konsequent auf die Möglichkeiten der digitalen Datenübertragung hinweise. Rund dreiviertel aller Mitglieder beziehen nach einer entsprechenden Informationskampagne unsererseits das renergie aktuell inzwischen per email. Auch Anmeldeformulare für die verschiedenen Veranstaltungen und Angebote werden verstärkt online ausgefüllt und verschickt.

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen

2022
20 %

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

Das Unternehmen hat geringe ökologische Risiken in der Zulieferkette bzw. reduziert die potenziellen negativen Auswirkungen in der Zulieferkette auf ein Minimum.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Berichtsfragen

Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?

Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?

Wie zufrieden sind Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?

Grundsätzlich finden unsere Lieferant*innen nahezu alle Informationen auf unserer Homepage. Speziell auf der Seite https://renergie-allgaeu.de/ueber-uns/ sind unsere Ziele, die Maßnahmen zur Erreichung dieser, unsere Satzung (Stand 2012) sowie unser Leitbild (Stand 2020) zu finden. Mit der Fortschreibung der Gemeinwohlbilanz wird außerdem für die größtmögliche Transparenz gesorgt.

Qualitätsanforderungen an unsere Lieferanten werden individuell besprochen z.B. beim Kauf der neuen Telefonanlage wird gemeinsam geklärt, welches Produkt zu uns passt.

Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?

Unsere Lieferant*innen wissen genau, wofür wir stehen. Auf dieser Basis können sie selbst entscheiden, ob wir der richtige Partner für sie sind. Durch das Anfragen von Angeboten und persönliche Gespräche (wie beispielsweise mit unserer Druckerei) werden insbesondere die Liefer- und Zahlungsbedingungen gemeinsam besprochen.

Wie zufrieden sind Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

Eine Evaluierung findet nicht statt. Aus Feedback-Gesprächen wissen wir, dass unsere Zulieferer mit den Geschäftsbeziehungen zufrieden sind. Bei seltenen Unklarheiten sorgen wir durch persönliche Gespräche fürs schnellstmögliche Klärung.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Umfrage zur Zufriedenheit entwickeln für anonymere Antworten als bei Dialog, Lieferant*innen einladen zum Mitentscheiden und aktiv auf diese zugehen. Eine gesonderte Evaluierung machen.

Selbsteinschätzung

Fortgeschritten

Maßnahmen zur Etablierung transparenter und partizipativer Geschäftsbeziehungen mit Lieferant*innen sind erfolgreich umgesetzt. Die Lieferant*innen sind bis auf wenige Ausnahmen zufrieden mit der Informationspolitik des Unternehmens und ihren Mitentscheidungsmöglichkeiten.

Informationen zur Zufriedenheit von Lieferant*innen erhalten wir in persönlichen Gesprächen, die momentan noch unregelmäßig stattfinden. Wir führen grundsätzlich keine Nachverhandlungen mit unseren Lieferant*innen. Eine Befragung über LamaPoll ist geplant bis zur nächsten Re-Bilanzierung.

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

Berichtsfragen

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

Aktuell verfolgen wir keine Strategie.

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Speziell auf dieser Seite unserer Homepage, https://renergie-allgaeu.de/ueber-uns/, sorgen wir durch die Veröffentlichung unseres Leitbilds und unserer Satzung für eine Transparenz, auf deren Basis die Lieferant*innen ihre Entscheidungen treffen können.

Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Es gibt keine gesonderte Evaluierung, die eventuelle Risiken und Missstände aufzeigt.

Verpflichtende Indikatoren

Wir beziehen kaum Produkte, welche ein spezifisches Label hinsichtlich Transparenz & Mitentscheidung berücksichtigen.

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt

2022

0 %

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

2022

10 %

In persönlichen Gesprächen mit unseren Lieferant*innen wird dieser Bereich thematisiert, eine gezielte Lieferant*innen-Befragung ist in Planung.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Lieferant*innen zukünftig auf Label prüfen vor Auswahl und Evaluierung durchführen. Die Missstände überprüfen und eine gesonderte Strategie zur Auswahl entwickeln.

Selbsteinschätzung

Erste Schritte

Das Unternehmen verschafft sich erste Informationen zu Risiken und Missständen bzgl. Transparenz und Mitentscheidung entlang der Zulieferkette. Erste Maßnahmen zur positiven Beeinflussung eines transparenten und partizipativen Umgangs aller Beteiligten entlang der Zulieferkette werden umgesetzt. Einige eingekaufte Produkte

und Rohwaren tragen ein Label, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt.

Es sind bereits erste Informationen vorhanden, einige Produkte tragen bereits ein Label.

Berührungsgruppe B

Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe

Im Jahr 2022 zählt der Verein renergie Allgäu e.V. 858 Mitglieder, darunter Einzelpersonen, Unternehmen, Vereine und Verbände. Den Großteil der Mitglieder bilden Betreiber von Erneuerbaren Energieerzeugungsanlagen, insbesondere Betreiber von Biogasanlagen.

Die Mitgliedsbeiträge summieren sich auf etwa 43.000 Euro. Mit diesen Beiträgen finanzieren unsere Mitglieder die Beratungsdienstleistungen, die sie von den Fachberatern der Geschäftsstelle erhalten. Zudem unterstützen sie den satzungsgemäßen Zweck des Vereins, nämlich den Einsatz für eine verstärkte Nutzung Erneuerbarer Energien, mit dem Ziel, die vollständige Energiewende hin zu nicht fossilen Energieträgern zu erreichen.

Eine Mitgliedschaft bei renergie Allgäu e.V. zeigt ein ernsthaftes Interesse an einer nachhaltigen Energiezukunft und die Bereitschaft, dieses Ziel nicht nur finanziell, sondern auch durch eigenes Engagement zu unterstützen.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Berichtsfragen

Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?

Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?

Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?

Durch die satzungsgemäße Gemeinnützigkeit erfolgt keine Ausschüttung, alle Gewinne bleiben im Verein. Die Risikodeckung beträgt 94 % des Eigenkapitals. Es gelingt renergie Allgäu e.V. die notwendigen Investitionen aus dem laufenden Geschäftsbetrieb zu tätigen. Die Summe des Eigenkapitals hat sich über das lange Bestehen des Vereins aufgebaut.

Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmittel wurden in Betracht gezogen?

Es wurden folgende unterschiedliche Möglichkeiten, die wir schon praktizieren, in Betracht gezogen. Die e.V. Beiträge, Beratungshonorare, verschiedene Förderungen, wie z.B. BAFA, KfW, FNR projektbezogene Fördermittel,sowie die Gründung von Tochtergesellschaft renergie GmbH oder Beteiligung an renergie Dienstleistungs-GmbH

Verpflichtende Indikatoren

Die Eigenkapital beträgt 94 % des Kapitals insgesamt. Die restlichen 6% der Gesamtheit sind Fremdkapital. Das Eigenkapital setzt sich bei dem eingetragenen Verein meist aus Mitgliedsbeiträgen und Spenden sowie Zuschüssen zusammen. Aus diesem Grund kann kein durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche ermittelt werden, da dies von Verein zu Verein variieren kann.

Eigenkapitalanteil

2022

94 %

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

Keine Angabe hierzu möglich.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Tarif-Zuordnungen überprüfen

Selbsteinschätzung

Vorbildlich

Der Eigenkapitalanteil ist vorbildlich in der Branche.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Berichtsfragen

Welche Form und Anteile von Finanzierung durch

Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?

Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?

Es ist keine Fremdfinanzierung außerhalb der bestehenden Verbindlichkeiten aktuell vorhanden und es ist auch keine in Planung.

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Da keine konventionellen Kredite aufgenommen werden müssen, findet dieser Aspekt keine Anwendung.

Fremdkapitalanteil

2022

6 %

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart

2022

Finanzierungsart	Betrag (in €)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen (1341)	422,06
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen (650)	1.338,75
Abziehbare Vorsteuer erm. Steuersatz (775)	88,50
Abziehbare Vorsteuer allg. Steuersatz (780)	23.531,50
Sonstige Verbindlichkeiten (1803)	52.580,47
Umsatzsteuer erm. Steuersatz (1845)	249,54
Umsatzsteuer allg. Steuersatz (1850)	140.565,59
Umsatzsteuer §13 UStG allg. Steuersatz	176,47
Sammelkonto USt-Vorauszahlung/-erstattung (1902)	117.068,02

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Keine, außer die Verbindlichkeiten schneller zu begleichen.

Selbsteinschätzung

renergie Allgäu e.V. plant in nächster Zukunft keine Fremdfinanzierung und ist von keinen konventionellen Krediten abhängig. Deshalb haben wir hier auf eine Selbsteinschätzung verzichtet.

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Berichtsfragen

Welche Finanzpartner*innen hat das Unternehmen?

Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Welche Finanzpartner*innen hat das Unternehmen?

Die Raiffeisenbank Kempten Oberallgäu eG und R + V Allgemeine Versicherung AG (Vermögensschadenhaftpflicht & Haftpflichtversicherung) sind die Finanzpartner von renergie Allgäu e.V.. Außerdem für die Kfz-Haftpflichtversicherung die Itzehoer Versicherung/Brandgilde von 1691 Versicherungsverein a.G.

Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Das Credo der oben genannten Raiffeisenbank Kempten Oberallgäu ist das nachhaltige Wirtschaften für Menschen, Umwelt und Region. Sie definieren in ihrem Nachhaltigkeitsleitbild sich selbst und ihren Weg darin, die Innovationskraft der Genossenschaftlichen Finanz Gruppe und ihre Kunden und Mitglieder zu stärken sowie

Anreize für nachhaltige Innovationen zu setzen.
Die R+V Allgemeine Versicherung präsentiert sich ebenfalls als ethisch- nachhaltig-orientiertes Unternehmen und organisiert zum Beispiel verschiedene Veranstaltungen aus den Bereichen Klimaschutz und Solidarische Gesellschaft.

Die Itzehoer Versicherung/Brandgilde von 1691 Versicherungsverein a.G. vertritt die Werte Zuverlässigkeit, Fairness, Verantwortungsbewusstsein für Mensch und Region. Die Gesellschaft verfügt über ein Leitbild und eine Nachhaltigkeitsstrategie, welche sie seit 2021 kontinuierlich verfolgt, siehe www.itzehoer.de/unternehmen/daten-und-fakten/bericht-zur-corporate-social-responsibility-csr.xhtml

Bis zu drei wesentliche Finanzpartner*innen; jeweils Partnerinstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen) mit dem Partnerinstitut

2022

Partner*inneninstitut	Finanzprodukt	Geschäftsumfang (Jahresvolumen) (in €)
Raiffeisenbank Kempten Oberallgäu eG	Geldmarktkonto	9.811,93
Raiffeisenbank Kempten Oberallgäu eG	Girokonto	384.151,33
R+V Allgemeine Vers. AG	Vermögensschadenhaftpflichtversicherung	2.125,19
ITZEHOER VERS.VEREIN	Kfz Haftpflicht Vereinsauto	1.000,09

Verbesserungspotenziale/Ziele

Kriterienkatalog für die Auswahl von Finanzpartner*innen und Kreditinstituten erstellen

Selbsteinschätzung

3

Fortgeschritten

Finanzpartner*innen haben eine breite Palette ethisch-nachhaltiger Finanzprodukte erreicht, sind regional engagiert und nicht in kritische Projekte involviert.

Die Aktivitäten der Finanzpartner, mit dem der Verein zusammenarbeitet, fördern das Gemeinwohl und tragen aktiv zur Nachhaltigkeit bei. Auch alle weiteren Tätigkeiten orientieren sich an ethischen Grundsätzen, insbesondere im fairen und wertschätzenden Umgang mit den Mitarbeitenden. Diese Werte sind fest im Selbstverständnis der Partner verankert.

www.itzehoer.de/unternehmen

www.itzehoer.de/unternehmen/daten-und-fakten/bericht-zur-corporate-social-responsibility-csr.xhtml

www.raiba-ke-oa.de/wir-fuer-sie/nachhaltigkeit.html

www.raiba-ke-oa.de/wir-fuer-sie/engagement/gefoerderte-projekte.html

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Berichtsfragen

Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden, und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?

Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?

Anfang 2023 haben wir neue Büroräume bezogen. Zukünftige Aufgaben, die im Einklang mit den Prinzipien der Gemeinwohlökonomie stehen, konzentrieren sich insbesondere auf die Förderung von Solidarität und die verantwortungsvolle Nutzung von Mitteln für das Gemeinwohl. Dazu zählen Fortbildungen in diesem Bereich, eine gerechtere Gehaltsstruktur, die nachhaltige Weiterentwicklung der Organisation sowie die Verbesserung unserer EDV/IT-Systeme, insbesondere zur Minimierung von Risiken im Bereich der Datenverarbeitung. Alle Investitionen in die Zukunft werden ausschließlich aus Eigenmitteln finanziert.

Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Als eingetragener Verein besitzen wir weder Eigentum noch werden Kapitalerträge ausgezahlt, da keine Gewinnerzielungsabsichten bestehen. Aus diesem Grund werden hier keine Ansprüche gestellt.

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit

2022
103.838,84 €

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben

2022
65.000 €

Getätigter strategischer Aufwand

2022
30.000 €

Anlagenzugänge

2022
28.644 €

Zuführung zur Rücklage

2022
8.000 €

Auszuschüttende Kapitalerträge

2022
0 €

Auszuschüttende Kapitalerträge in % vom Stamm- oder Grundkapital

2022
0 %

Verbesserungspotenziale/Ziele

renergie Allgäu e.V. ist ein eingetragener Verein, daher sind die Möglichkeiten der Geldmittel beschränkt. Eventuell können die Mitgliedsbeiträge der Inflation angepasst werden.

Selbsteinschätzung

8

Vorbildlich

Beschränkte Ausschüttung von Gewinnanteilen erst nach mind. 90% Deckung des aktualisierten Bedarfs an Zukunftsausgaben und ohne dafür einzugehende Neuverschuldung.

Da es sich um einen eingetragenen Verein handelt, werden keine Kapitalerträge ausgezahlt. Wir haben es uns zur Maximie gesetzt, alle Investitionen aus Eigenmitteln zu bestreiten. Die Maßnahmen, die der Verein ergreift, zielen auf die Vermittlung von fundiertem Wissen der GWÖ ab sowie auf das Schaffen von guten Bedingungen für die Mitarbeitenden, die im Einklang mit der GWÖ stehen.

B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfragen

Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?

Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?

Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt?

Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?

Der Standort wurde verlagert, weil die Anzahl der Mitarbeitenden steigt und der aktuelle Standort zu klein ist. Voraussetzung für den neuen Standort war die Lokalität Kempten, wo der Sitz des Vereins und seiner Tochtergesellschaft aktuell ist. Der Umzug ist 2023 erfolgt.

Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?

Es müssen keine Arbeitsplätze abgebaut werden. Im Gegenteil, die Anzahl der Mitarbeitenden vergrößert sich - unabhängig von der finanziellen Lage von renergie Allgäu e.V., da wir keine Gewinne erwirtschaften können.

Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt?

Es werden keine Renditen oder Kapitalerträge aufgrund der Rechtsform ausgezahlt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Keine Verbesserung notwendig

Selbsteinschätzung

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen

Berichtsfragen

Welche Sanierungsziele an/ in den eigenen Anlagen haben soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?

Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt, und welche Förderprogramme können genutzt werden?

Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?

Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

Welche Sanierungsziele an/in der eigenen Anlage haben ökologisches Verbesserungspotenzial?

Wir sind Mieter im aktuellen und zukünftigen Bürogebäude und haben somit nur bedingt Einfluss auf Sanierungspotenziale. Der Eigentümer des neuen Bürogebäudes ist die Sozialbau, ein erfahrener Partner im Immobilienbereich.

Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?

Wir nehmen keinen Einfluss auf die Sanierung, weil wir nur Mieter und keine Eigentümer des Gebäudes sind.

Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?

Zu unseren satzungsgemessenen Zielen gehören unter anderen Beratung der Betreiber*innen von Anlagen für erneuerbare Energien sowie die Beratung von Verbraucher*innen zum sorgsamen und effektiven Umgang mit Energie. Diese Ziele verfolgen wir selbstverständlich auch bei allen Investitionsentscheidungen für renergie Allgäu e.V.
Aufgrund unserer jahrelangen fachlichen Expertise sind wir in der Lage, ökologische Aspekte in jeglicher Hinsicht zu bewerten und treffen Investitionsentscheidungen dementsprechend. Ökologische Aspekte und soziale Aspekte gehen oft Hand in Hand. In unserem Leitbild haben wir verankert, dass renergie Allgäu e.V. für eine nachhaltige, klimafreundliche und generationengerechte Lebens- und Wirtschaftsweise steht und arbeitet.

Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

In aktuellem Bürogebäude sind wir Mieter und nehmen somit keine Sanierungen vor. Das liegt im Aufgabenbereich des Eigentümers.

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs

In diesem Fall nicht relevant, da der wir keine Eigentümer des Gebäudes sind, sondern Mieter. In diesem Fall nicht relevant, da der wir keine Eigentümer des Gebäudes sind, sondern Mieter. Falls es zu einer Gebäudesanierung kommen sollte, bieten wir unsere Expertise als Energieberater an und werden versuchen, Einfluss auf den Eigentümer zu nehmen, die Sanierung im Sinne der Energieeffizienz und GWÖ durchzuführen.

Realisierung der ökologischen Sanierung

In diesem Fall nicht relevant, da der wir keine Eigentümer des Gebäudes sind, sondern Mieter. Falls es zu einer Gebäudesanierung kommen sollte, bieten wir unsere Expertise als Energieberater an und werden versuchen, Einfluss auf den Eigentümer zu nehmen, die Sanierung im Sinne der Energieeffizienz und GWÖ durchzuführen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Fall es zu einer Sanierung des Gebäudes kommt, bieten wir unsere Expertise auf dem Gebiet der Gebäudeenergieberatung an und werden versuchen Einfluss auf den Eigentümer zu nehmen, die Sanierung auch im Sinne der GWÖ umzusetzen

Selbsteinschätzung

0

Basislinie

Das Unternehmen erfüllt alle Branchen-, Standort- oder laut Gewerbegenehmigung umweltbezogenen Verhaltensvorschriften vollständig.

B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen

Berichtsfragen

In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

Seit der Gründung der renergie GmbH im Jahr 2019, einer 100%-igen Tochtergesellschaft unseres Vereins, beziehen wir unseren Strom über den Bürgerstrom-Marktplatz „cells energy“. Die Vision von „cells energy“ ist es, Menschen dabei zu unterstützen, sich verantwortungsvoll und selbstbestimmt zu organisieren, insbesondere im Bereich der Energieversorgung. Dabei werden kontinuierlich neue Lösungen entwickelt, die es ermöglichen, zelluläre Strukturen aufzubauen und nachhaltige Energie gemeinschaftlich und frei auszutauschen. Die vollständige Vision von „cells energy“ ist unter https://cells.energy/assets/docs/vision_statment.pdf abrufbar. Der Bürgerstrom-Marktplatz zeichnet sich durch Klimafreundlichkeit, Transparenz und Flexibilität aus. Weitere Informationen dazu finden sich unter https://marktplatz.cells.energy/.

Darüber hinaus gibt es keine Investition oder Geldanlagen.

Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

Alle Informationen über die erwarteten sozial- ökologischen Wirkungen der Projekte angebotenen Nachhaltigkeitsfonds werden unter diesem Link cells.energy bezogen.

Finanzierte Projekte

2022

Projekt	Betrag (in €)	Anteil der Geldanlagen (in %)
Stammkapital renergie GmbH	25.000	6
Kredit renergie GmbH	144.577,23	36

Die finanzierten Projekte beschränken sich zu 100% auf die Tochter renergie GmbH.

Fonds-Veranlagungen

2022

Fonds	Betrag (in €)	Anteil der Geldanlagen (in %)
kein	0	0

Verbesserungspotenziale/Ziele

Keine

Selbsteinschätzung

4

Erfahren

Ausschließliche Veranlagung in ethisch-nachhaltigen bzw. sozial-ökologischen Projekten oder Nachhaltigkeitsfonds mit klaren Ausschluss- sowie konkreten Positivkriterien.

Die eigenen internen Projekte, die durchgeführt werden, besitzen bereits ethisch-nachhaltige bzw. sozial-ökologische Veranlagungen, z.B. die Gewinnung von Strom aus erneuerbaren Quellen.

B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfragen

Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?

Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung, und welche Wirkung wird damit erreicht?

Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?

Es werden keine ökologisch bedenklichen Ressourcen eingesetzt, da unser Arbeiten dem Ziel unterstellt ist, das Bewusstsein für die Natur- und den Umweltschutz zu erhöhen. Dementsprechend werden bei den Umweltbildungsmaßnahmen nur ökologisch unbedenkliche Ressourcen genutzt.

Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung und welche Wirkung wird damit erreicht?

Wir sind Kunde der ersten Stunde am Bürgerstrom-Marktplatz „cells energy“ seit dem Jahr 2019 und fördern somit direkt erneuerbare Stromproduzenten.

Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Laut unserem Leitbild verstehen wir uns als antreibende Kraft für den Erfolg der Energiewende mit 100% Erneuerbarer Energie. Wir stehen und arbeiten für eine nachhaltige, klimafreundliche und generationengerechte Leben- und Wirtschaftsweise, in der ökonomische Interessen immer auch und vor allem ökologischen Ansprüchen gerecht werden müssen. Diese Überzeugung vertreten und verbreiten wir auch über unsere berufliche Arbeit hinaus- frei von gedanklichen oder wirtschaftlichen Abhängigkeiten.

Die Endlichkeit des fossilen Energieträgers, der Klimawandel und die Schadstoffbelastung zwingen zum Handeln. Daher haben wir es uns zum Ziel gesetzt, mit innovativen Konzepten die Energiewende zu ermöglichen und die Wertschöpfung aus der Energieerzeugung in der Region zu steigern.

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

Nicht zutreffend

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Berichtsfragen

Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert, und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?

Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?

Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?

Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?

Wir sind ein eingetragener Verein. Bei uns gibt es darum keine Eigentümer, sondern Mitglieder. Die Organe sind die Mitgliederversammlung, der Vorstand und der Beirat. Alle relevanten Informationen über unsere Satzung findet man unter dem Link https://renergie-allgaeu.de/wp-content/uploads/2018/10/Satzung-2012.pdf .

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

Die jährliche Mitgliederversammlung gibt den Mitgliedern die Möglichkeit, Tagesordnungspunkte zur Abstimmung im Vorfeld einzureichen bzw. in der Versammlung zu Wünschen und Anträgen zu äußern. Während des Jahres finden regelmäßig Vorstands- und Beiratssitzungen statt, in welcher die von der Mitgliedsversammlung gewählten Vertreter die Beteiligungsmöglichkeiten nutzen. Es gibt auch jederzeit die Möglichkeit für die Mitglieder mit dem Vorstand, dem Beirat, der Geschäftsführung und allen Mitarbeitenden in persönlichen Kontakt zu treten. Wir haben immer ein offenes Ohr für die Belange unserer Mitglieder.

Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?

Jedes Vereinsmitglied erhält 6-mal pro Jahr unsere Mitgliedszeitschrift „renergie aktuell“ mit Informationen rund um alle Themen der Erneuerbaren Energien, Informationen aus der Geschäftsstelle und der Geschäftsführung.

In der jährlichen Mitgliederversammlung werden die Aktivitäten offengelegt, z.B. durch Berichte aus den einzelnen Beratungsbereichen, Berichte der Geschäftsführung und des Vorstands, des Steuerberaters, Vorstellung der Geschäfts- und Kassenberichte. Die Einarbeitung von neuen Vorstands- und Beiratsmitgliedern und Kassenprüfern erfolgt durch bewährte Mitglieder.

Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?

Der Informationsdurst und der Beratungsbedarf rund um das Thema „Erneuerbare Energien“ nimmt stetig zu, renergie Allgäu e.V. spürt das im kontinuierlichen Anstieg der Mitgliederzahlen und durch die verstärkte Beratungsnachfrage von außerhalb.

Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?

Die Eigentümer- bzw. in diesem Falle Mitgliederstruktur hat sich nicht wesentlich verändert, ist aber um einige Prozentpunkte gewachsen.

- Mitgliederzahl Verein: 858 (+36/ +4%)
- Beratungsmitglieder Pro-Biogas: 460 (+24/+5%)
- Beratungsmitglieder andere: 142 (+52/+57%)

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %)

2022

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	
Führungskräfte	
Mitarbeitende	
Kund*innen	
Lieferant*innen	
weiteres Umfeld	100
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	
Summe	

Selbsteinschätzung

Erfahren

Es besteht mindestens drei Jahre Praxis mit der gewählten Rechtsform. Das Erweitern und Verbreitern der Eigentümerschaft durch mehr Menschen, mehr Anteile, mehr Berührungsgruppen wird aktiv gefördert. Wachsende Eigentümerschaft ist als Trend erkennbar. Alle Eigentümer*innen sind umfassend für die Rolle geschult.

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

Berichtsfragen

Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?

Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?

Eine Übernahme, gleich ob feindlicher oder freundschaftlicher Natur, steht nicht im Raum.

Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

Da es sich bei der Rechtsform um einen eigetragenen Verein handelt geht das Risiko einer feindlichen Übernahme gegen Null. Eine einvernehmliche Übernahme wäre nur bei einer Zustimmung der Mitglieder im Rahmen einer Mitgliederversammlung möglich.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Keine Maßnahme notwendig

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

Nicht zutreffend

Berührungsgruppe C

Mitarbeitende

Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe

Im Jahr 2022 arbeiten in der Geschäftsstelle des Vereins renergie Allgäu insgesamt 15 Mitarbeitende. Zehn davon sind fest angestellt, entweder in Voll- oder Teilzeit, und eine Person ist als regelmäßig verfügbare Honorarkraft beschäftigt. Die Mitarbeitenden verstehen sich als ein festes Team, das gemeinsam das Ziel verfolgt, eine "100 Prozent Erneuerbare Energiezukunft" zu erreichen, sowohl beruflich als auch ideell.

Allen Mitarbeitenden wird ein engagiertes und attraktives Arbeiten in allen Phasen des Arbeitslebens durch Kollegialität, Respekt sowie möglichst geschlechterparitätische Teamzusammensetzung ermöglicht.

Auch im Corona-Jahr 2020, das von mehrmonatigen Lockdowns und einem hohen Anteil an Homeoffice geprägt war, blieb dieser Teamgeist erhalten. Tägliche Zoom-Konferenzen mit laufenden Kameras ermöglichten es, den Zusammenhalt über die räumliche Trennung hinweg zu bewahren, Absprachen im Augenkontakt zu treffen und Projekte sowie Prozesse zu besprechen. Dies half, den Kontakt und die Kommunikation aufrechtzuerhalten.

Nach den jeweiligen Corona-Lockdowns war der Bedarf nach persönlichen Kontakten und Austausch unter den Mitarbeitenden sehr hoch. Unter Berücksichtigung der aktuellen Regelungen fanden wir eine Balance zwischen Homeoffice und Bürozeiten. Die etablierten Meeting-Formate tragen wesentlich zum Erfolg einer mitarbeiterorientierten Unternehmenskultur bei.

Das Geschlechterverhältnis ist nicht ganz ausgewogen (10 Männer und 5 Frauen), und die Altersspanne der Mitarbeitenden reicht von 22 bis 59 Jahren.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Berichtsfragen

Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?

Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?

Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Welche Maßnahmen und Prozesse für eine Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?

Richard Mair, Vereinsgründer, Geschäftsführer und 1. Vorsitzender des Vereins renergie Allgäu e.V. in Personalunion, hatte sich bei den Neuwahlen im Rahmen der Mitgliederversammlung im Dezember 2018 aus Altersgründen nicht mehr für die Posten zur Verfügung zu stehen. Aufgrund der vielfältigen Aufgaben wurden die Positionen der Geschäftsführung und des 1. Vorsitzenden voneinander getrennt und auf 2 Personen übertragen: Florian Weh arbeitet seither als Geschäftsführer und Thomas Hartmann als 1. Vorsitzender des Vereins.

Beide Führungskräfte arbeiten in der Geschäftsstelle mit und sind dort jederzeit für alle Mitarbeitenden erreich- und ansprechbar.
In der Übergangsphase ließ sich der Verein von einem professionellen Führungskräfte-Coach des Unternehmens "konteam" begleiten und unterstützen.

Wir haben verschiedenste Meetingformen etabliert:

Maßnahmen und Prozesse	Häufigkeit	Anwendung
Morgen-Meeting	Wöchentlich	Fachliche Abstimmung von Arbeitsabläufen, Austausch von Wissen & Informationen
Gesamt-Teammeetings	Monatlich	ein Review-Meeting zur fachliche Abstimmung von Arbeitsabläufen, Austausch von Wissen & Informationen. Die Agenda wird gemeinsam abgestimmt und die Mitarbeitenden erarbeiten die Inhalte
Retro-Meetings	Alle 6 Wochen	Feste Meetings in Scrum-Form zur Verbesserung und Beleuchtung der Zusammenarbeit (ohne Stakeholder), siehe Anhang.
Coaching-Prozess mit „konteam“	Kontinuierlich (seit 2018)	Teamentwicklung, Führungsstrategien, Organisation, Zusammenarbeit, Agilität
Teamevents	Jährlich	Berufliche Weiterentwicklung, hoher Freizeitwert
Stammtische, Mittagspausen	Nach Bedarf	Privat unter Mitarbeitenden

Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?

Kollegialität und respektvoller Umgang sind in unserer Zusammenarbeit selbstverständlich. Die flachen Hierarchien und eine offene Unternehmenskultur erlauben es uns, Konflikte als Chance zu sehen und diese auf Augenhöhe zu lösen. Auch Fehler werden konstruktiv gelöst.

Wir haben die Retro-Meetings als klar strukturierte und geregelte Feedback-Runden auf der Beziehungsebene im Team etabliert.
Allmonatlich finden zusätzlich Teammeetings statt, in denen alle Arbeitsgruppen der

Geschäftsstelle zu Wort kommen, sich auf inhaltlicher Ebene austauschen, bevorstehende Aufgaben besprechen und sich regelmäßig updaten.

So können Missverständnisse oder mögliche Fehlentscheidungen rechtzeitig erkannt, besprochen und gelöst werden.

Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Jeder Mitarbeitende ist sich seinen Aufgaben und Verantwortungen bewusst und setzt diese auch selbstständig im Arbeitsalltag um. Ziele und der Rahmen der persönlichen und fachlichen Weiterentwicklung im Team werden in den Mitarbeitergesprächen gemeinsam definiert. Jeder Mitarbeitende kann, darf und soll diese Ziele persönlich und fachlich auf dem individuellen Weg erreichen.

Die Geschäftsführung unterstützt die Mitarbeitenden auf ihrem Weg, falls dies gewünscht ist. Das kann z.B. ein Gespräch sein, in welchen Möglichkeiten erarbeitet werden oder auch das Angebot von Fortbildungsmaßnahmen.

Wir setzen auf offene Kommunikation und das gemeinsame Erarbeitung von Lösungen. Eine fachliche Weiterentwicklung findet über externe Kurse, Fortbildungen und Tagungen statt, beispielsweise in Form von regelmäßigen Fachtagungen zum Thema Biogas, Photovoltaik, Energieeffizienz und Energieberatung.

Fluktuationsrate

2022

6 %

Die Fluktuationsrate ist bei uns niedrig. Im Jahr 2022 hat eine Personen unseren Verein verlassen, vier Personen haben in diesem Jahr eine neue Stelle bei uns erhalten.

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

2022

5,2 Jahre

Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit liegt bei 5,2 Jahren. Dies erklärt sich hauptsächlich dadurch, dass in den Jahren 2021 und 2022 insgesamt sieben neue Kolleginnen und Kollegen eingestellt wurden, was die Gesamtzahl der Mitarbeitenden auf 15 erhöhte. Die dienstälteren Mitarbeitenden weisen im Jahr 2022 eine durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von 9 Jahren auf.

Name	Position	Betriebszugehörigkeit seit
Florian Weh	Geschäftsführer	01.05.2009
Thomas Hartmann	1. Vorsitzender	01.11.2005
Claudia Lau	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	01.06.2004
Kilian Balszuweit	Teamassistenz	05.02.2020
Alexander Lehr	Fachberater	01.07.2020
Isabel Rues	Fachberaterin	01.03.2019
Felix Hofele	Fachberater	01.07.2022
Monica Lehmkuhl	Marketing & Events	01.02.2011
Johannes Knöpfle	Fachberater	01.05.2019
Simone Tomas	Teamassistenz	01.04.2022
Holger Wolters	Aushilfe	01.11.2021
Christian Böhm	Fachberater	01.04.2021 - 31.03.2022

Marcel Griebel	Fachberater	01.10.2022
Linda Göhl	Teamassistenz	01.06.2021
Konrad Gruber	Fachberater	01.01.2022

Anzahl an Bewerbungen auf Stellenausschreibungen

2022
10

Anzahl an Initiativbewerbungen

2022
2

Anzahl an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

2022
0

Wir haben uns vorgenommen, die Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur regelmäßig einmal pro Jahr durchzuführen. In den Jahren 2021 & 2023 haben wir eine Mitarbeitenden-Befragung durchgeführt, leider ist es uns 2022 nicht gelungen.

Regelmäßigkeit von Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

2022
Jährlich

Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro mitarbeitender Person bzw. nach Führungsebene

2022

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Mitarbeitendengespräche	Mitarbeitende & Geschäftsführung	2
Feedbackgespräch	Vorstand & Geschäftsführung	3
Jour fixe	Vorstand & Geschäftsführung	12
Retro-Meeting	Mitarbeitende, Vorstand & Geschäftsführung	5
Teamklausur	Mitarbeitende, Vorstand, Geschäftsführung	6
Fachliche Fortbildungen	Mitarbeitende	6

Verbesserungspotenziale/Ziele

Entwicklungspotential aller Mitarbeitenden

Eine intensivere Beobachtung der Mitarbeitenden in ihrer täglichen Arbeit wird angestrebt. Die Geschäftsführung setzt sich proaktiv dafür ein, die individuelle Entwicklung der Mitarbeitenden zu unterstützen und deren Potenzial zu erkennen.

Schulung zum Thema "Gesunde Ernährung" anbieten

Schulung zum Thema "Stressmanagement" anbieten

Neue Mitarbeitende mit allen Bereichen des Unternehmens bekannt machen

Leitfaden zur Führung von Mitarbeitenden-Gesprächen erarbeiten

Selbsteinschätzung

6

Erfahren

Wirkung bzw. Erfolge aufgrund von Maßnahmen zur Förderung bzw. Verbesserung einer mitarbeitendenorientierten Unternehmenskultur sind sichtbar und werden analysiert. Maßnahmen sind breit umgesetzt.

Unser Unternehmen verfügt bereits über innovative Lösungen für eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur. Die Mitarbeitenden haben verschiedene Möglichkeiten, ihre eigene Meinung einzubringen. Aufkommende Konflikte werden durch die offene Unternehmenskultur und regelmäßige Feedback-Meetings auf Augenhöhe gelöst. Die Maßnahmen zur Weiterentwicklung werden gemeinsam mit den Mitarbeitenden festgelegt, wobei die Geschäftsführung die Mitarbeitenden in ihrer jeweiligen Talententwicklung aktiv unterstützt.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Berichtsfragen

Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?

Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein, und welche Maßnahmen werden zu ihrem Schutz getroffen?

Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?

In unserem Leitbild haben wir den Anspruch verankert, unseren Mitarbeitenden physisch und psychisch gesunde Arbeitsbedingungen zu bieten. Dieses Ziel nehmen wir ernst und belegen es durch folgende Maßnahmen: höhenverstellbare Schreibtische, rückenschonende Bürostühle, flexible und familienfreundliche Arbeitszeiten sowie gemeinschaftsfördernde Mitarbeiterstammtische.

Von welche gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein und welche Maßnahmen werden zum Schutz getroffen?

Um den Herausforderungen der überwiegenden Schreibtischarbeit zu begegnen, haben wir für alle Mitarbeitenden höhenverstellbare Schreibtische und rückenschonende Bürostühle angeschafft. Diese Maßnahmen schützen unsere Mitarbeitenden vor Rückenüberlastung und Schmerzen, die häufig in solchen Arbeitsumgebungen auftreten. Dadurch beugen wir Rückenkrankheiten vor und steigern gleichzeitig Leistung, Konzentrationsfähigkeit und Motivation.

Zukünftig planen wir die Anschaffung einer modernen Telefonanlage mit Noise-Cancelling-Kopfhörern für jeden Arbeitsplatz. Anrufe können direkt per Knopfdruck am Headset angenommen werden, sodass die Mitarbeitenden beim Telefonieren beide Hände frei haben, was Rücken und Schultern schont und Verspannungen vorbeugt. Die Noise-Cancelling-Funktion filtert Umgebungsgeräusche heraus, sodass sich die Mitarbeitenden ungestört auf die Telefonate konzentrieren können.

Gesundheits-/ Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)

2022

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
Gesamtes Team	7,2
Teilteam (14 Personen)	4,8

Für die Krankenquote wurden bei renergie Allgäu e.V. im Jahr 2022 zwei Werte berechnet. Für das gesamte Team, mit allen 15 Mitarbeitenden lag die Quote mit 7,2% leicht über dem Bundesdurchschnitt von 6,7%. Leider ist eine Person aus dem Team schwer erkrankt und fiel über längeren Zeitraum aus. Wird diese schwere Erkrankung nicht in die Berechnung der Krankenquote einbezogen, liegt diese bei 4,8% unter dem Bundesdurchschnitt.

Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen

Wir erfassen keine Daten, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen. Das ist auch fast unmöglich nachzuvollziehen, da sich mittlerweile mobiles Arbeiten etabliert hat und somit nicht überprüft werden kann, ob Mitarbeitende trotz Krankheit tätig sind.

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

2022

Unfallart / Ausmaß	Anzahl
Keine Betriebsunfälle	0

In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

Aktuell gibt es keine Angebote bzgl. Gesundheitsprävention & Arbeitsschutz. Ab 2023 wird es das geben, ein entsprechender Vertrag mit der Firma Anwander Ingenieure, ebenfalls GWÖ-zertifiziert, (www.anwander-ingenieure.de) wurde im Dezember 2022 unterschrieben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Höhenverstellbare Schreibtische anbieten

Ergonomische Sitzmöglichkeiten anbieten

Getränke (Kaffee, Tee, Wasser) kostenfrei während der Arbeitszeit zur Verfügung stellen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Ansprechpartner*in für Gesundheitsprävention & Arbeitsschutz definieren

Ab 2023 läuft die Betreuung im Bereich Gesundheitsprävention & Arbeitsschutz zusammen mit der Firma Anwander Ingenieure (www.anwander-ingenieure.de).

Gefährdungsbeurteilungen durchführen lassen

Obst bei der Arbeit zur Verfügung stellen

Mitgliedschaft bei Fitness-Netzwerken als Benefit anbieten

Seminare zur Achtsamkeit und Stressbewältigung anbieten

Betriebsarzt / -ärztin etablieren

Selbsteinschätzung

Erfahren

Wirkung und Erfolge der bereits ergriffenen Maßnahmen zur Verbesserung von Gesundheit am Arbeitsplatz sowie zum Arbeitsschutz sind sichtbar und werden analysiert. Maßnahmen sind breit umgesetzt.

Das Bewusstsein für Gesundheit am Arbeitsplatz ist vorhanden und auch in unserem Leitbild verankert. Es gibt erste innovative Lösungen, wie beispielsweise höhenverstellbare Schreibtische. Alle bisher ergriffenen Maßnahmen werden auch umfassend und selbstverständlich gelebt, da es keine Mitarbeitenden ausschließt.

Mit dem Umzug in die neue Geschäftsstelle im Februar 2023 und der Betreuung durch die Firma Anwander Ingenieure werden die Maßnahmen intensiviert.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Berichtsfragen

Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen, und was wird dagegen getan?

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

Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

renergie Allgäu e.V. pflegt eine offene Unternehmenskultur auf allen Ebenen. Wir engagieren uns für eine nachhaltige, klimafreundliche und generationengerechte Lebens- und Wirtschaftsweise, mit der sich unsere Mitarbeitenden voll und ganz identifizieren. Unser Leitbild, das alle relevanten Informationen enthält, findet man unter diesem Link https://renergie-allgaeu.de/wp-content/uploads/2020/10/renergie-Leitbild-2020.pdf).

Unabhängig von Alter, Geschlecht, Ethnie, körperlichen oder psychischen Einschränkungen, sexueller Orientierung oder Religion haben alle Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich entsprechend ihrer Talente und Fähigkeiten im Unternehmen weiterzuentwickeln.

Auch bei Stellenausschreibungen achten wir bewusst auf eine offene und diverse Formulierung. Wir haben uns entschieden, die klassische Reihung (m/w/d) umzudrehen in (d/w/m) um damit zu verdeutlichen, dass wir allen Menschen gegenüber offen sind. Mit folgender Formulierung am Ende unserer Stellenausschreibungen

Wir freuen uns auf Dich!
Auf Deine Persönlichkeit, Deine Kompetenz und die neuen Perspektiven und Denkanstöße,
mit denen Du unser Team bereichern und uns unserem Ziel einer nachhaltigen, 100 Prozent
Erneuerbaren Energiezukunft näherbringen wirst.

zielen wir darauf ab alle Menschen anzusprechen, die sich gemeinsam mit uns dem Ziel 100% EE verschreiben möchten, unabhängig von jeglichen demographischen Merkmalen.

In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen und was wird dagegen getan?

In unserem Verein sehen wir keine negativen Aspekte in diesem Bereich. Sollte ein Mitarbeitender dennoch das Gefühl einer Benachteiligung haben, ermutigen wir dazu, dies offen anzusprechen.

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

Um Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern, haben wir bereits verschiedene Maßnahmen etabliert. Dazu gehören regelmäßige Mitarbeitergespräche (mindestens einmal pro Jahr), Retro-Meetings sowie ein kontinuierlicher Coaching-

Prozess mit „konteam“. Zudem werden die Talente unserer Mitarbeitenden individuell von der Geschäftsführung gefördert.

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (z.B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/ psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen

2022

Durch die offene Unternehmenskultur unseres Vereins werden alle Mitarbeitenden als gleichwertig angesehen, unabhängig von Geschlecht oder Alter. Die Altersspanne innerhalb unseres Teams ist groß, was unsere Vielfalt bereichert. Alle Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, sich weiterzuentwickeln und werden dabei gezielt gefördert.

Name	Position	Geburtsjahr	Alter 2022	Geschlecht
Florian Weh	Geschäftsführer	1979	43	M
Thomas Hartmann	1. Vorsitzender	1963	59	M
Claudia Lau	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	1967	55	W
Kilian Balszuweit	Teamassistenz	2000	22	M
Alexander Lehr	Fachberater	1988	34	M
Isabel Rues	Fachberaterin	1991	31	W
Felix Hofele	Fachberater	1993	29	M
Monica Lehmkuhl	Marketing & Events	1978	44	W
Johannes Knöpfle	Fachberater	1989	33	M
Simone Tomas	Teamassistenz	1979	43	W
Holger Wolters	Aushilfe	1957	65	M
Christian Böhm	Fachberater	1989	33	M
Marcel Griebel	Fachberater	1991	31	M
Linda Göhl	Teamassistenz	1991	31	W
Konrad Gruber	Fachberater	1967	55	M

Bestimmte Faktoren werden nicht erfasst, wie z.B. sexuelle Orientierung, Religion, körperliche/psychische Erkrankungen. Bei renergie Allgäu e.V. arbeiten Menschen unterschiedlichen Alters und Geschlechts, was jedoch keine Rolle spielt, denn niemand wird benachteiligt und jeder ist bei uns gleich.

In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/ Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro mitarbeitender Person

Gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)

2022

Wir schätzen, dass Umfeld in der Stadt Kempten nach allen Kerndimensionen der Diversität als sehr divers ein. In unserem Team bestehen vor allem Unterschiede bei “Geschlecht” und “Alter”, über die anderen Dimensionen kann keine Aussage getroffen werden, da diese Daten nicht erhoben werden.

Karenzdauer von Müttern

2022

4 Monate

Karenzdauer von Vätern

2022

2 Monate

Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/ Fluktuationen

2022

Name	Position	Betriebszugehörigkeit seit
Florian Weh	Geschäftsführer	01.05.2009
Thomas Hartmann	1. Vorsitzender	01.11.2005
Claudia Lau	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	01.06.2004
Kilian Balszuweit	Teamassistenz	05.02.2020
Alexander Lehr	Fachberater	01.07.2020
Isabel Rues	Fachberaterin	01.03.2019
Felix Hofele	Fachberater	01.07.2022
Monica Lehmkuhl	Marketing & Events	01.02.2011
Johannes Knöpfle	Fachberater	01.05.2019
Simone Tomas	Teamassistenz	01.04.2022
Holger Wolters	Aushilfe	01.11.2021
Christian Böhm	Fachberater	01.04.2021 - 31.03.2022
Marcel Griebel	Fachberater	01.10.2022
Linda Göhl	Teamassistenz	01.06.2021
Konrad Gruber	Fachberater	01.01.2022

Im Jahr 2022 haben wir vier neue Mitarbeitende eingestellt und einer unserer bestehenden Mitarbeiter habt den Verein verlassen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Lösungen zum Umgang mit Diversität erarbeiten

Frauenquote erhöhen

Homepage / Intranet auf Barrierefreiheit überprüfen

Monatshygieneartikel zur Verfügung stellen

Selbsteinschätzung

Basislinie

Einhaltung gesetzlicher Rahmenbedingungen, darüber hinaus gibt es keine relevanten Maßnahmen.

C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfragen

In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?

Welche Rückmeldungen dazu gibt es im Betriebsrat bzw. in der Personalabteilung?

Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?

Wir sind überzeugt, dass es keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen bei renergie Allgäu e.V. gibt oder je gab.

Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

Durch die offene Unternehmenskultur und flache Hierarchie hat jeder Mitarbeitende die Möglichkeit, mögliche Missstände direkt bei der Geschäftsführung anzusprechen.

Statement von Betriebsrat und/ oder Personalabteilung zu diesen Fragen

2022

Es gibt keine diesbezüglichen Rückmeldungen bei der Geschäftsführung. Betriebsrat oder Personalabteilung sind bei uns im Verein nicht gegeben.

Gerichtsprozesse/ Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab

2022

keine Gerichtsprozesse/ Rechtsverfahren

Anzahl/ Inhalt der Beschwerden von Seiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden

2022

keine Beschwerden von Seiten des Betriebsrates (wir haben keinen) bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft

Verbesserungspotenziale/Ziele

Keine Verbesserungspotentiale im Bereich "Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen"

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Berichtsfragen

Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten, und wie transparent sind die zugrunde liegenden Konditionen?

Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

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

Die geleistete Arbeit wird durch Gehalt, Überstundenabbau und finanzielle Vergütung ausgeglichen. Alle Mitarbeitenden haben individuelle Arbeitsverträge, die nur ihnen selbst und der Geschäftsführung bekannt sind. Eine öffentlich zugängliche Gehaltstabelle, die alle Gehaltsstufen aufzeigt, existiert unter den Mitarbeitenden nicht.

Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster “lebenswürdiger Verdienst” zusteht?

Die Arbeit unserer Mitarbeitenden bildet die Grundlage unserer Organisation renergie Allgäu e.V. Daher legen wir besonderen Wert darauf, diese marktgerecht zu vergüten. Wir orientieren uns am allgemeinen marktüblichen Einkommensgefüge in unserer Branche. Zusätzlich führen wir einmal pro Jahr Mitarbeitergespräche durch, in denen unter anderem das individuelle Einkommen bewertet wird.

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Im jährlichen Mitarbeitendengespräch sowie bei Vertragsverhandlungen besteht die Möglichkeit, auf die individuelle Einkommenssituation einzugehen. Die Entscheidung über den Verdienst wird in einem vertraulichen Gespräch zwischen der Geschäftsführung und dem Mitarbeitenden gemeinsam getroffen.

Höchstverdienst

2022

70.627,20 €

Mindestverdienst

2022

22.809,60 €

Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst)

2022

1:3

Die Verdienstspreizung bei uns ist gering und hängt von den Positionen der Mitarbeitenden und der Anzahl der geleisteten Stunden (Vollzeit/Teilzeit) ab. Mitarbeitende, die in Teilzeit, als Aushilfen oder als Freiberufliche arbeiten, fallen aufgrund ihrer Stunden in die niedrigeren Gehaltsstufen. Fünf unserer Mitarbeitenden sind Vollzeitkräfte, die anderen arbeiten Teilzeit (20 bis 35 Stunden). Darüber hinaus arbeitet zwei Personen auf Minijobbasis und eine als Freiberuflerin.

Medianverdienst

2022

2.985 €

Standortabhängiger “lebenswürdiger Verdienst” (für alle Betriebsstandorte)

Da renergie Allgäu e.V. nur einen Standort in Kempten hat, gibt es keine standortabhängigen Gehaltsunterschiede.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Verfahren zur Selbstbestimmung des Verdienst entwickeln

Die Entwicklung eines Verfahrens zur Selbstbestimmung des Verdienstes sowie die bedarfsgerechte individuelle Anpassung an die Mitarbeiter.

Freiwillige Sozialleistungen einführen / erhöhen

Vergünstigungen für Mitarbeitende

Selbsteinschätzung

Erfahren

Die Spreizung zwischen höchstem und niedrigstem Verdienst innerhalb der Organisation liegt bei maximal 1:5. Bei entsprechender Legitimation durch alle Mitarbeitenden kann das Verhältnis an die Bedürfnisse der Organisation angepasst werden. Die Legitimation ist bei Bedarf erneut zu erheben.

Die Spreizung zwischen dem höchsten und niedrigsten Verdienst innerhalb von renergie Allgäu e.V. liegt bei 1:3

Bei entsprechender Zustimmung aller Mitarbeitenden kann das Gehaltsverhältnis an deren Bedürfnisse angepasst werden, beispielsweise aufgrund von Inflation oder einem starken Anstieg der Lebenshaltungskosten.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Berichtsfragen

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Jeder Mitarbeitende erfasst die Arbeitszeit in einer Excel-Tabelle selbständig auf Vertrauensbasis. Projekte werden je nach Kapazitäten der Mitarbeitenden verteilt. Überstunden werden im Unternehmen durch die Geschäftsleitung nicht angeordnet. Sofern diese erforderlich sind organisieren sich die einzelnen Teams selbst. Wo immer möglich, sollen Mitarbeitende angefallene Überstunden auch selbstbestimmt abbauen.

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Überstunden gehören nicht zum Konzept von unserem Verein. Diese fallen ggf. an, weil Abgabetermine von Beratungen kurz bevorstehen, werden jedoch zeitnah wieder abgebaut.

Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?

Alle Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, ihre Arbeitszeit eigenverantwortlich innerhalb eines definierten Rahmens und evtl. nach Abstimmung mit den Kollegen flexibel zu gestalten. Flexible Arbeitszeiten unter Berücksichtigung privater Aspekte, wie z.B. Ehrenamt, Familie, Freizeit, Hobbys, werden praktiziert..

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Um im Kundeninteresse und zur Beratung stets erreichbar zu sein, werden bei renergie Allgäu e.V. Kernarbeitszeiten eingehalten. In der Praxis bedeutet dies, dass pro Beratungsteam mindestens ein Mitarbeitender während der Kernarbeitszeiten

erreichbar ist. Die anderen Teammitglieder legen ihre Arbeitszeiten selbständig im Rahmen der vertraglichen Vereinbarung und nach Absprache mit den Kolleg*innen fest.

Die individuelle wöchentliche Arbeitszeit wird bei Eintritt ins Unternehmen nach einem persönlichen Gespräch im Arbeitsvertrag festgelegt. Sollten später Wünsche nach einer Änderung dieser wöchentlichen Arbeitszeit aufkommen, werden in einem gemeinsamen Gespräch die Möglichkeiten ausgelotet. Bisher konnten alle Wünsche der Mitarbeitenden bezüglich der Erhöhung oder Reduzierung der Arbeitszeiten erfüllt werden.

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z.B. 38 Stunden)

2022

40 Stunden

Tatsächlich geleistete Überstunden

2022

354 Stunden

Im Vergleich zu unserer ersten Bilanz hat sich die Anzahl der geleisteten Überstunden pro Mitarbeitenden von 52 h pro Person/ Jahr auf 24 h pro Person/Jahr halbiert.

Name	Position	wöchentliche Arbeitszeit/ h	Arbeitstage wöchtentlich	Ü-Stunden 2022
Florian Weh	Geschäftsführer	40	5	0
Thomas Hartmann	1. Vorsitzender	35	5	78
Claudia Lau	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	Nach Auftrag	1	0
Kilian Balszuweit	Teamassistenz	40	5	55
Alexander Lehr	Fachberater	30	5	0
Isabel Rues	Fachberaterin	30	5	25
Felix Hofele	Fachberater	40	5	23
Monica Lehmkuhl	Marketing & Events	25	5	20
Johannes Knöpfle	Fachberater	5	1	0
Simone Tomas	Teamassistenz	20	4	27
Holger Wolters	Aushilfe	10	2	0
Christian Böhm	Fachberater	25	5	0
Marcel Griebel	Fachberater	40	5	0
Linda Göhl	Teamassistenz	30	5	0
Konrad Gruber	Fachberater	40	5	126

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Mobiles Arbeiten von unterwegs zulassen / fördern

Verbesserungspotenziale/Ziele

Überstunden durch ein noch besseres Zeitmanagement oder das Einstellen neuer Mitarbeiter vermeiden.

Selbsteinschätzung

3

Fortgeschritten

Maßnahmen und Fortbildungen werden unterstützt, um einen bewussten Umgang der Mitarbeitenden mit Arbeitszeit und Überstundenpraxis zu etablieren.

Ein Bewusstsein für den Umgang mit Überstunden wurde bei den Mitarbeitenden geschaffen. Wir definieren in unserem Leitbild den Anspruch, unseren Mitarbeitenden physisch und psychisch gesunde Arbeitsbedingungen zu bieten, eine Anhäufung von Überstunden widerspricht unserer Ansicht nach diesem Anspruch. Um dem gestiegenen Arbeitsaufkommen Rechnung zu tragen, haben wir im Jahr 2022 vier neue Kolleg*innen eingestellt.

Jedoch beträgt die Wochenarbeitszeit bei Vollzeitkräften nicht maximal 30, sondern 40h.

C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance

Berichtsfragen

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Der Verein renergie Allgäu zeichnet sich als Arbeitgeber auch dadurch aus, dass nahezu alle möglichen Arbeits(zeit)modelle angeboten werden: Arbeit an einem festen Arbeitsplatz im Büro, Homeoffice, Mobile Office sowie Mischformen davon. Daneben gibt es unterschiedliche und sehr flexible Voll- und Teilzeitmodelle, orientiert am persönlichen Anspruch / Bedürfnis der Mitarbeitenden.

Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Bei renergie Allgäu e.V. legen wir großen Wert auf die individuelle Abstimmung des passenden Arbeitsvolumens mit allen Mitarbeitenden, wobei die persönlichen Bedürfnisse an Arbeit und Freizeit jedes Einzelnen berücksichtigt werden. Dies gewährleisten wir durch flexible Arbeitszeiten, mobiles Arbeiten, Teilzeitmodelle für alle Mitarbeitenden, an die jeweilige Lebensphase angepasste Arbeitszeiten sowie Freistellungen für Familienbetreuung.

Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

2022

Arbeitsmodell	Erläuterungen
5 x Vollzeit	40 h
1 x Teilzeit	35 h
3 x Teilzeit	30 h
2 x Teilzeit	25 h
1 x Teilzeit	20 h
1 x Mini-Job	10 h
1 x Mini-Job	5 h

Anzahl der Führungskräfte/ Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z.B. Teilzeit, Jobsharing)

2022

Arbeitsmodell	Anzahl der Führungskräfte	Anzahl der Mitarbeitenden
Teilzeit 35 h	1	15

Verbesserungspotenziale/Ziele

Aufgaben stärker priorisieren

Selbsteinschätzung

Erfahren

An die individuelle Lebenssituation angepasste Arbeitsverhältnisse sind möglich und werden im Sinne der kulturellen Verankerung in der Organisation auch von zahlreichen Führungskräften in Anspruch genommen.

Mitarbeitende können ihre Wünsche in Gesprächen frei äußern und in Absprache mit ihren Teamkollegen selbst entscheiden, wann sie von zu Hause aus/ mobil arbeiten. Diese Arbeitsmodelle können auch individuell angepasst werden.

C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

Kann für alle Mitarbeitenden ein „lebenswürdiger Verdienst“ sichergestellt werden, und falls nicht, was sind die Gründe dafür?

Welche Rolle spielt die „investierte” Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?

Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung (z.B. Schüler*innen, Auszubildende, Praktikant*innen, Werkstudent*innen) gerechtfertigt?

Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z.B. bei Saisonarbeit), und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?

Wie viel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

Kann für alle Mitarbeitenden ein "lebenswürdiger Verdienst" sichergestellt werden und falls nicht, was sind die Gründe dafür?

Ja, da der geringste Verdienst einer Vollzeitkraft in Kempten 2.488 € beträgt.

Welche Rolle spielt die “investierte” Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?

Bei renergie Allgäu e.V. legen wir besonderen Wert auf die persönlichen Talente und individuellen Stärken jedes einzelnen Mitarbeitenden, die die Grundlage für ihre berufliche Weiterentwicklung bilden. Wir ermutigen und unterstützen alle Mitarbeitenden aktiv beim lebenslangen Lernen in ihren jeweiligen Fachgebieten. Die Verteilung von Aufgaben und die Übernahme zusätzlicher Verantwortung werden sowohl im gesamten Team als auch in Einzelgesprächen erörtert, wobei die Initiative von der Geschäftsleitung oder den Mitarbeitenden selbst ausgehen kann. Wir folgen nicht dem Prinzip "Nur wer viele Überstunden macht, kann sich beruflich weiterentwickeln", denn Karrieremöglichkeiten stehen bei uns nicht in direkter Verbindung zur geleisteten Arbeitszeit.

Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und in Ausbildung befindliche Mitarbeitende (z. B. Schüler, Auszubildende, Praktikanten, Werkstudenten) gerechtfertigt?

Es gibt keine Beschäftigungsverhältnisse dieser Art im Berichtszeitraum.

Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z. B. bei Saisonarbeit) und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?

Bei uns wurden keine Zeitarbeiter oder Saisonkräfte eingestellt. Bei uns gibt es auch keine befristeten Arbeitsverträge.

Wieviel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

Es gibt keine befristeten Arbeitsverträge. Wir wollen allen Mitarbeitern eine zuverlässige und verlässliche Perspektive bieten und setzt deshalb auf unbefristete Arbeitsverträge.

Gewinn	2022 103.838 €
Höchstverdienst	2022 70.627,20 €
Mindestverdienst	2022 22.809,60 €
Standortabhängiger "Lebenswürdiger Verdienst"	
Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden)	2022 15 Personen
Mitarbeitendenanzahl	2022 15
Anzahl der Pauschalverträge	2022 0
Anzahl der Null-Stunden-Verträge	2022 0
Anzahl der Zeitarbeitenden	2022 0 Personen
Mindestvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden	2022 0 Monate
Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden	2022 0 Monate
Anteil von befristeten Arbeitsverträgen	2022 0 %
Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen	2022 0 Monate
Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen	2022 Bei renergie Allgäu e.V. gibt es keine befristeten Arbeitsverträge.

Selbsteinschätzung **0 Minuspunkte**

- Nicht zutreffend

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Berichtsfragen

Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz, und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?

Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/ Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z.B. direkt vom Bauernhof, ein Obstkorb)?

Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?

In unserem Leitbild, das man unter dem Link https://renergie-allgaeu.de/wp-content/uploads/2020/10/renergie-Leitbild-2020.pdffinden kann, gehen wir auf den Aspekt einer nachhaltigen, klimafreundlichen und generationengerechten Lebens- und Wirtschaftsweise ein. Diese spiegelt sich selbstverständlich beim Einkauf von Lebensmitteln für den Arbeitsplatz wider, wie Einkauf von Kaffee, Tee und Zucker im Weltladen in Kempten, d.h. nur fair gehandelte und zum Teil Bioprodukte. Außerdem nehmen wir am Projekt „Trink Allgäuer Leitungswasser“ teil. . Ihre Produkte sind plastikfrei, ständig geprüft und bester Qualität. Weitere Informationen kann man unter dem Link https://www.kkukempten.de/trinkwasser/ finden. Wir kaufen Biomilch von Von-Hier. Der Wohlstand der Tiere ist sehr wichtig bei der Erzeugung der Milch. Die Kühe leben in guten Bedingungen. Das Unternehmen wirtschaftet ökologisch.

Im Dezember 2022 haben wir eine Kundenkarte für einen lokalen Bio-Supermarkt (PurNatur) in Kempten beantragt. Geplant ist ein wöchentlicher Obst- und Gemüsekorb mit allen erforderlichen und hilfreichen Zutaten um gesund, fit und voller Energie zu bleiben. Der Obst- und Gemüsekorb wird wöchentlich allen Mitarbeitenden im Gemeinschaftsraum der neuen Geschäftsstelle zur Verfügung gestellt werden und beinhaltet frische, regionale & saisonale Ware in Bioqualität. Alle anderen Erzeugnisse (z.B. Kaffee, Tee, Milch, Hafermilch,...) für die Verpflegung der Mitarbeitenden wird ab Januar 2023 ebenfalls dort gekauft.

Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z. B. direkt vom Bauernhof, Obstkorb)?

Wir haben keine Kantine oder Belieferung mit Catering. Es gibt einen Sozialraum für die Mitarbeitenden mit Küchenzeile, ausgestattet mit Kühlschrank, Spülmaschine, Herdplatte, Mikrowelle, Wasserkocher, Kaffeemaschine. Diese wird regelmäßig in den Pausenzeiten genutzt.

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

2022

80 %

Verbesserungspotenziale/Ziele

Motivation der Mitarbeitenden zu einer fleischlosen Ernährung

Motivation der Mitarbeitenden zu einem regionalen, saisonalen sowie biologisch zertifizierten Einkauf.

Ein klares Bekenntnis des Vereins zu nachhaltigen Ernährungsgewohnheiten

Organisieren von Vergünstigungen in biologischen Restaurants

Selbsteinschätzung

1

Erste Schritte

Erste Ansätze zur Förderung nachhaltiger Ernährungsmuster, z.B. Angebot einer vegetarischen Option bzw. Vergünstigungen in biologischen Restaurants; Obstkorb.

Der Einkauf der Lebensmittel für den Arbeitsplatz finden ihn nachhaltigen Geschäften statt. Auch nachhaltige Projekte werden unterstützt.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Berichtsfragen

Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?

Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

Name	Position	Mobilität	km bis zum Arbeitsplatz/ einfache Strecke
Florian Weh	Geschäftsführer	E-Auto	30
Thomas Hartmann	1. Vorsitzender	Fahrrad/ zu Fuß	5
Claudia Lau	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	Auto/ Fahrrad	14
Kilian Balszuweit	Teamassistenz	Auto	12
Alexander Lehr	Fachberater	Auto	34
Isabel Rues	Fachberaterin	Fahrrad/ zu Fuß	5
Felix Hofele	Fachberater	Fahrrad	2
Monica Lehmkuhl	Marketing & Events	Auto/ Fahrrad	14
Johannes Knöpfle	Fachberater	Auto	45
Simone Tomas	Teamassistenz	zu Fuß/ Auto	1
Holger Wolters	Aushilfe	Auto	20
Christian Böhm	Fachberater	zu Fuß	1
Marcel Griebel	Fachberater	Fahrrad	1
Linda Göhl	Teamassistenz	Auto	30
Konrad Gruber	Fachberater	E-Auto	30

Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?

Wir bieten unseren Mitarbeitenden ein Job- Ticket für den ÖPNV an. Außerdem haben die Mitarbeitenden die Möglichkeit mobil und damit auch von zu Hause aus zuarbeiten und sich so den Weg mit dem Auto zu sparen. Dieses Angebot wird hauptsächlich von den Kolleg*innen mit den weiten Anfahrtswegen rege genutzt, im Schnitt sind sind die betreffenden Personen 1 x wöchentlich in der Geschäftsstelle. Außerdem kommen

zwei Kollegen mit dem E-Auto in die Geschäftsstelle, welches sie zuhause mit eigenem PV-Strom laden.

Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

Wir stellen solche Anreize wie das oben genannte Job- Ticket für den ÖPNV zur Verfügung sowie die Möglichkeit unser vereinseigenes E-Auto für sowohl geschäftliche (Dienstreisen) als auch private Zwecke zu nutzen.

Anteil der Anreise mit PKW/ öffentlichen Verkehrsmitteln/ Rad/ zu Fuß

2022

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	10
Rad	33
PKW	57
Öffentliche Verkehrsmittel	0
Summe	100

Verbesserungspotenziale/Ziele

Carsharing-Angebote ins Leben rufen

Schulung der Mitarbeitenden im Bereich ökologischer Arbeitsweg

Selbsteinschätzung

3

Fortgeschritten

Konsequente nachhaltige Mobilitätspolitik, z.B. wenn kein öffentliches Netz verfügbar ist: aktives Carsharing-Angebot, Partizipation bei externen Fahrradinitiativen, festgeschriebene Dienstwagenpolitik (<130g CO2/km), Trainings für treibstoffsparendes Fahren, finanzielle Anreizsysteme für die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel, ausgewiesene Fahrradabstellplätze.

Der Verein hat bereits Ansätze einer nachhaltigen Mobilitätspolitik implementiert. Dazu gehört die Unterstützung der Mitarbeiter im Nahverkehr durch das Job-Ticket für den ÖPNV sowie die Möglichkeit, ein E-Auto für die private Nutzung auszuleihen. Darüber hinaus werden Fahrradstellplätze bereitgestellt.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse

Berichtsfragen

Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?

Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?

Welche Sensibilisierungsmaßnahmen

Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?

Der Kern von renergie Allgäu e.V. liegt in der umfassenden Beratung zu Erneuerbaren Energien sowie in der Umsetzung von Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz. Wir engagieren uns für eine nachhaltige, klimafreundliche und generationengerechte Lebens- und Wirtschaftsweise, in der ökonomische Interessen stets auch ökologischen Ansprüchen gerecht werden. Diese Überzeugung leben wir nicht nur beruflich, sondern auch darüber hinaus – frei von gedanklichen oder

finden innerhalb dieses Rahmens statt?

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

wirtschaftlichen Abhängigkeiten. Unsere Mitarbeitenden identifizieren sich voll und ganz mit unseren Zielen.

Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?

Unsere Weiterbildungsangebote für Fachberaterinnen und Fachberater umfassen immer ökologische Themen, da diese die Kerninhalte unserer Arbeit widerspiegeln. Auch bei der Personalrekrutierung legen wir besonderen Wert auf ökologische Aspekte und stellen ausschließlich Personen ein, die sich mit den Inhalten unserer Beratungsleistungen identifizieren können.

Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?

Es fand eine gemeinsame Entwicklung des Leitbilds im Rahmen des Coaching-Prozess statt, wodurch sich alle damaligen Mitarbeitenden optimal mit dem Leitbild auskennen und sich mit diesem identifizieren. Alle Mitarbeitende haben die Möglichkeit zu geförderten und/oder kostenlosen Gebäude-Energieberatungen.

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

Wir legen großen Wert darauf, dass sich unsere Mitarbeitenden mit unserem Leitbild identifizieren. Dies erreichen wir durch dessen gemeinsame Entwicklung. In regelmäßigen Meetings thematisieren wir auch ökologische Aspekte. Nahezu alle Mitarbeitenden haben eine Ausbildung in diesem Bereich absolviert und beschäftigen sich tagtäglich mit diesen Themen.

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten

2022
100 %

Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden

2022
100 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Gemeinwohl-Orientierung auf Webseite kommunizieren

Verbesserungspotenziale/Ziele

regelmäßige Thematisierung bzw. Erhebung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden durchführen

innovative Ansätze zur ökologischen Bewusstseinsbildung entwickeln wie beispielsweise ökologische Workshops

Gemeinwohl-Gedanken intern verankern

Sich als Firma in GWÖ-Regionalgruppe oder GWÖ-Themen-Hubs einbringen

Selbsteinschätzung

Erfahren

Ökologische Aspekte sind fest in den Weiterbildungsprogrammen verankert. Personalrekrutierung erfolgt unter Berücksichtigung ökologischer Bewusstheit, Mitarbeitende werden regelmäßig in ökologische Entscheidungsprozesse einbezogen.

Ökologische Aspekte sind integraler Bestandteil der Weiterbildungsprogramme unserer Mitarbeitenden, da diese Themen bereits eine ökologische Grundlage haben. Auch bei der Personalrekrutierung legen wir Wert auf die ökologische Bewusstheit der Bewerber, basierend auf unseren ökologischen Arbeitsinhalten. Durch regelmäßige Meetings und die gemeinsame Entwicklung des Leitbilds werden unsere Mitarbeitenden aktiv in diese Prozesse einbezogen.

C3.4 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfragen

Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

Welche der untenstehenden Negativ-Aspekte treffen im Unternehmen zu?

Es treffen keine der Negativaspekte zu.

Es gibt Geschäftsfahrzeuge der sogenannten Oberklasse (>180g/km CO2)

2022

Nein

Regeln, die ökologischer Nachhaltigkeit entgegenstehen

Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist

Konsumangebote mit hohem Verpackungsanteil trotz möglicher Alternativen

Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte

Im Betrieb ist ein nachlässiger Umgang mit Abfällen sichtbar, z.B. keine Abfalltrennung (Hausmüll, Betriebsabfälle, Schrott ohne Trennung in Materialien etc.)

2022

Nein

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Berichtsfragen

Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?

Wie leicht/ schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?

Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?

Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?

Alle Mitarbeitenden haben Zugriff auf das gemeinsame Laufwerk mit allen Projektdateien und können diese jederzeit einsehen. Ausgenommen ist der Bereich „Personal“ , da dieser vertrauliche Daten, wie z.B. Arbeitsverträge der Mitarbeitenden, Personalakten, enthält, die nicht offengelegt werden dürfen. In den Teammeetings informiert die Geschäftsführung regelmäßig, transparent und nachvollziehbar über die wirtschaftliche Situation. Auf der jährlichen Mitgliederversammlung wird der Kassen- und Geschäftsbericht allen Vereinsmitgliedern und anwesenden Mitarbeitenden vorgestellt.

Wie leicht/schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?

Alle Mitarbeitenden haben kontinuierlichen Zugriff auf die oben genannten Daten. Sollten Verständnisfragen auftreten, sind sowohl Mitarbeitende als auch die Geschäftsführung und der Vorstand jederzeit bereit, diese zu beantworten. Unsere Datenhaltung und deren Struktur werden in regelmäßigen Zyklen weiterentwickelt, um die Handhabung, Auffindbarkeit und Praxistauglichkeit systematisch zu verbessern.

Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?

Ausgenommen ist der Bereich „Personal“ und „Vorstand“, da es sich dort um vertrauliche Daten handelt, die nicht offengelegt werden dürfen.

Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

In den Teammeetings informiert die Geschäftsführung regelmäßig, transparent und nachvollziehbar über die wirtschaftliche Situation. Rückfragen sind hierbei jederzeit möglich.

Verpflichtende Indikatoren

Es wurde geschätzt, dass Grad der Transparenz der wesentlichen Daten 90 % beträgt. Ausgeschlossen sind die vertraulichen Daten über unsere Mitarbeitenden.

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung)

2022

90 %

Selbsteinschätzung

Erfahren

Der Großteil der kritischen Daten ist transparent, leicht verfügbar und verständlich aufbereitet: mehrjährige Kultur der Transparenz.

Abgesehen von Angaben im Bereich "Personal" sind alle Daten offengelegt

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Berichtsfragen

Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?

Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?

Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?

Aufgrund der Rechtsform e.V. finden alle 3 Jahre im Rahmen der Mitgliederversammlung Vorstandswahlen statt. 2018 war erstmalig die Trennung der Aufgabenbereiche Vorstand & Geschäftsführung. So kam es zur Gewinnung des Geschäftsführers Florian Weh aus den eigenen Reihen aller Mitglieder bzw. des Teams. Dies war eine Konsensentscheidung aller Mitarbeitenden, Vorstände- und Beiräte. Bei der erneuten Wahl im Jahr 2021 ist der Vorstand (3 Personen) und der Beirat (5 Personen) wiedergewählt worden.

Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?

Alle Mitarbeitende haben die Möglichkeit Mitglied im Verein renergie Allgäu e.V. zu werden (geringer Jahresbeitrag von 35,00€) womit direkt Einfluss auf die Besetzung des Vorstands genommen werden kann (Neuwahlen alle 3 Jahre im Rahmen der Mitgliederversammlung). Der Vorstand bestimmt/ entlässt den Geschäftsführer. Abgesehen von der Rechtsform e.V., welche das Vorgehen zur Besetzung des Vorstands bestimmt, werden bei renergie Allgäu e.V. wegweisende Entscheidungen immer unter Berücksichtigung der Meinung der einzelnen Mitarbeitenden getroffen. Wir schätzen unsere Mitarbeitenden als Grundlage unserer Institution (siehe Leitbild).

Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

Wir pflegen eine offene Unternehmenskultur mit flachen Hierarchien. Anregungen, Kritik und Feedback findet auf Augenhöhe zwischen allen Mitarbeitenden und der Geschäftsführung statt. Persönliche Gespräche bieten die Möglichkeit, Anliegen anzubringen und auch direktes Feedback zu geben. Die Anliegen werden ernst genommen und offen kommuniziert.

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/ Gespräch/ Mitgestaltung/ Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden

2022

50 %

Selbsteinschätzung

Erfahren

Direkte Führungskräfte werden von den Mitarbeitenden periodisch gewählt und evaluiert. Aus der Evaluierung folgen Entwicklungsmaßnahmen für die Führungskräfte.

Eine direkte Führungskraft kann auch abgesetzt werden. Dies wird seit mehreren Jahren praktiziert.

Die direkten Führungskräfte, wie der Vorstand und der Beirat, können periodisch von den Mitarbeitenden gewählt und evaluiert werden. Da einige von ihnen Mitglieder im Verein sind und somit an der Mitgliederversammlung teilnehmen, besteht die Möglichkeit, durch persönliches Feedback und Meetings ihre Leistung zu bewerten und sie weiterzuentwickeln. Die Neuwahlen geben auch Aufschluss über die Leistung der Führungskräfte. Nur der Geschäftsführer wird vom Vorstand bestimmt.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?

Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?

Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?

Bei wegweisenden Entscheidungen können alle Mitarbeitenden ihren Standpunkt einbringen. Die Beispiele für wegweisende Entscheidungen sind: Gemeinsame Entscheidung über das Produkt-Portfolio des Vereins, aktive Mitwirkung bei der Ausstattung der Arbeitsplätze (z.B. PC, Laptop, Bürostühle, die passende Modele wurden gemeinsam gefunden). Suche nach neuem Standort (ab 2023) fand gemeinsam statt, die in Frage kommenden Räumlichkeiten werden im Team diskutiert und gemeinsam wird entschieden, welche Standort der Beste ist. Im Rahmen einer Gesamtteamsitzung ist die Entscheidung für die neuen Räumlichkeiten in der Burgstraße 16 in Kempten gefallen, diese werden im Februar 2023 bezogen werden.

Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?

Die unterschiedlichen Sichtweisen und Interessen aller Mitarbeitenden eröffnen oftmals neue, vielfältige Aspekte in der Entscheidungsfindung. Eine intensive Beteiligung bei wegweisenden Entscheidungen führt in jedem Fall zu großer Akzeptanz und Zufriedenheit bei den Mitarbeitenden.

Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

Bei renergie Allgäu e.V. werden alle Mitarbeitenden zur persönlichen & fachlichen Weiterentwicklung ermutigt und unterstützt, lebenslanges Lernen ist ein wichtiges Ziel. Mitarbeitenden wird bewusst Verantwortung übertragen, die Kontrolle über den Vorgang im Arbeitsprozess wird auf das notwendige Maß beschränkt. Die individuellen Stärken eines jeden Teammitglieds werden bei der Aufgabenverteilung berücksichtigt.

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung getroffen werden

2022

90 %

Selbsteinschätzung

Vorbildlich

Alle wesentlichen Entscheidungen werden möglichst konsensual mit Mitarbeitenden getroffen: gelebte Kultur der Beteiligung von Mitarbeitenden.

Die Mitarbeitenden nehmen auf wesentliche Entscheidungen Einfluss und erhalten bewusste Übertragungen von unterschiedlicher Verantwortung.

C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfragen

Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?

Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?

Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?

Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?

Aktuell gibt es keinen Betriebsrat, Wir pflegen eine offene Unternehmenskultur mit flachen Hierarchien, Beteiligung findet jederzeit, transparent und auf Augenhöhe statt. Aus diesem Grund war bis jetzt weder seitens der Mitarbeitenden noch seitens der Geschäftsführung der Wunsch nach einem Betriebsrat geäußert worden.

Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?

Wir pflegen eine offene Unternehmenskultur ohne Hierarchien. Beteiligung findet jederzeit, transparent und auf Augenhöhe statt. Wir setzten auf direkte Kommunikation, unbürokratisch und formlos, direkt mit der Geschäftsführung oder dem Vorstand. Auch bietet die Mitgliederversammlung eine Alternative.

Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?

Bei renergie Allgäu e.V. stehen Geschäftsführung und Vorstand der Gründung eines Betriebsrats aufgeschlossen gegenüber.

Betriebsrat: vorhanden/ nicht vorhanden

2022

Nein

Betriebsrat vorhanden: seit wann?

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

Berührungsgruppe D

Kund*innen und Mitunternehmen

Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe

Als gemeinnütziger Verein verstehen wir in erster Linie unsere Mitglieder als unsere Kunden. Mit unseren Dienstleistungen und Angeboten wollen wir vor allem ihren Interessen im Themenbereich "Erneuerbare Energien, Energieeffizienz und Energieeinsparung" gerecht werden. Diese liegen in der Beratung und Unterstützung beim Betrieb von Erneuerbaren Energieerzeugungsanlagen, in der Projektierung und dem Bau solcher Projekte, in der Entwicklung neuer, nachhaltiger Technologien, in der Beratung in wirtschaftlichen, juristischen oder organisatorischen Fragen rund um Bau oder Betrieb Erneuerbarer Energieerzeugungsanlagen. Wir beraten außerdem zu bestehenden Fördermöglichkeiten und begleiten unsere Kunden durch die Förderanträge bis hin zur Bewilligung der verschiedenen Maßnahmen.

Darüber hinaus richten sich unsere Angeboten und Dienstleistungen immer wieder aber auch über unseren Mitgliederstamm hinaus. Messen, Fachveranstaltungen und Vorträge sind öffentlich zugänglich und stehen allen an unseren Themen interessierten Menschen offen. Zusätzlich bieten wir telefonische Kurzberatungen an, die bis zu einem bestimmten Umfang auch von Nicht-Mitgliedern in Anspruch genommen werden können.

Als gemeinnütziger Verein mit dem satzungsgemäßen Ziel von "100 Prozent Erneuerbarer Energieversorgung" suchen und pflegen wir den Austausch und die Zusammenarbeit mit strategischen Partnern. Dazu gehören Forschungseinrichtungen aus dem Gebiet der Erneuerbaren Energiewirtschaft, Fachverbände und andere Vereine.

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Berichtsfragen

Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?

Wie wird auf Kund*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?

Kund*innengewinnung:
Die Expertise von renergie Allgäu e.V. ist in Fachkreisen anerkannt, und wir freuen uns, dass viele unserer Mitglieder durch die Empfehlungen zufriedener Bestandsmitglieder zu uns finden. Ebenso wird renergie Allgäu e.V. von interessierten Personen über Internetrecherchen entdeckt.

Betreuung der Stammkund*innen:
Unsere Mitglieder profitieren von regelmäßigen Rundschreiben, die wertvolle fachliche Inhalte, wichtige Informationen rund um Erneuerbare Energien, neue Fördermöglichkeiten, Fortbildungen und vieles mehr enthalten. Die Mitgliederzeitung „renergie aktuell“ erscheint sechsmal pro Jahr. Darüber hinaus bieten wir exklusive Veranstaltungsangebote für unsere Mitglieder, wie Stammtische und Exkursionen, sowie Sonderpreise bei unseren Veranstaltungen. Außerdem ist die telefonische Kurzberatung für unsere Mitglieder stets kostenfrei.

Dieser Text betont die Bedeutung von Empfehlungen innerhalb der Gemeinschaft, die Verfügbarkeit von wertvollen Informationen und Dienstleistungen sowie das Bestreben, durch faire und inklusive Angebote das Wohl aller Beteiligten zu fördern.

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

renergie Allgäu e.V. ist ein politisch und wirtschaftlich unabhängiger Verein, der sich den Prinzipien des Gemeinwohls verpflichtet hat. Uns ist bewusst, dass ein gemeinnütziger Verein nicht darauf abzielt, Vermögen anzuhäufen oder Gewinne zu maximieren, sondern vielmehr verantwortungsvoll wirtschaften und die zur Verfügung stehenden Mittel gezielt und zeitnah für den satzungsgemäßen Zweck einsetzen muss.

Gemäß unserer Vereinssatzung strebt renergie Allgäu e.V. danach, durch den Ausbau und Einsatz erneuerbarer Energien einen Beitrag zum Gemeinwohl zu leisten und durch Bewusstseinsbildung und Aufklärung sowohl Verbraucher*innen als auch das Gewerbe für energiesparendes und klimaschonendes Handeln zu gewinnen. Dabei steht der Nutzen für die Gemeinschaft und die Förderung nachhaltiger Praktiken stets im Mittelpunkt unserer Arbeit.

Unsere Beratungsleistungen sind darauf ausgerichtet, den größtmöglichen Nutzen für alle Beteiligten zu schaffen. Durch langjährige Erfahrung, hohe Qualität und einen vertrauensvollen Umgang miteinander verfolgen wir das Ziel, die Wünsche und Ziele unserer Mitglieder und Kund*innen im Sinne des Gemeinwohls zu unterstützen und gemeinsam nachhaltige Lösungen zu entwickeln.

In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?

Wir legen bei der Darstellung unserer Beratungsleistungen auf unserer Webseite großen Wert auf Transparenz und Sachlichkeit. Anstatt uns auf vergleichende Werbung zu stützen, lassen wir die Qualität unserer Beratungsleistungen für sich selbst sprechen. Unser Fokus liegt darauf, die Bedürfnisse der Gemeinschaft zu erfüllen, ohne auf wettbewerbsorientierte Taktiken zurückzugreifen.

Auch bei der Werbekampagne zu den Biogas-Infotagen konzentrieren wir uns ausschließlich darauf, die Veranstaltung als solche zu bewerben – mit Informationen zu Termin, Ort und Öffnungszeiten – sowie auf das inhaltlich hochwertige Vortragsprogramm. Dabei stehen der Mehrwert und die Wissensvermittlung für die Teilnehmenden im Vordergrund, um einen positiven Beitrag zum Gemeinwohl zu leisten.

Wie wird auf Kund*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

Kund*innenwünsche:
Wir pflegen einen regelmäßigen und offenen Austausch mit unseren Mitgliedern, zum Beispiel im Rahmen der Mitgliederversammlungen, und nehmen ihre Wünsche und Bedürfnisse ernst. Diese werden in unsere Arbeit integriert und umgesetzt, um gemeinsam das Gemeinwohl zu fördern.

In unseren Beratungen legen wir großen Wert auf eine enge Zusammenarbeit mit unserer Kundschaft. Gemeinsam definieren wir die Beratungsziele, die von renergie Allgäu e.V. in einem kooperativen Prozess umgesetzt werden. Sollte es einmal nicht möglich sein, einen Wunsch zu erfüllen, etwa aufgrund von nicht erfüllten Förderkriterien oder rechtlichen Einschränkungen, besprechen wir die Situation ausführlich und erarbeiten gemeinsam alternative Lösungswege. Unser Ziel ist es, stets eine Lösung zu finden, die den Bedürfnissen der Kundschaft gerecht wird und zugleich dem Gemeinwohl dient.

Reklamationen:
Sollte es zu einer Beanstandung unserer Beratungsleistungen kommen, wird diese sorgfältig und fachlich geprüft. Wenn die Beanstandung berechtigt ist, verpflichten wir uns, den Fehler umgehend zu korrigieren. Da die Beratungsziele im Vorfeld in enger Zusammenarbeit mit unseren Kund*innen festgelegt werden, treten Reklamationen nur sehr selten auf. Unser oberstes Ziel ist es, durch Transparenz und gemeinschaftliche Lösungsfindung das Vertrauen zu stärken und den größtmöglichen Nutzen für alle Beteiligten zu gewährleisten.

Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen

2022

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Werbung Biogas Infotage	14.737,30	91
Sonstige Werbekosten	1.449,84	9

Fixe Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2022
100 %

Umsatzabhängige Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2022
0 %

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/ nein?

2022
Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

GWÖ auf HP kommunizieren

GWÖ ist immer Teil der Gesamtteamsitzung

GWÖ ist Teil der Mitgliederzeitschrift renergie aktuell

Verbesserungspotenziale/Ziele

Gemeinwohl-Orientierung in Kund*innenkommunikation aufnehmen (z.B. in Veranstaltungen, Produktinformationen, in Verkaufsgesprächen)

Positive Kund*innen-Stimmen im Marketing als Referenzen verwenden

GWÖ als Thema in der Gesamt-Teamsitzung beibehalten

über GWÖ weiter im renergie aktuell bereichten

Selbsteinschätzung

5

Erfahren

Zusätzlich zu Ethikrichtlinien im Verkauf werden sämtliche Kontaktpunkte zu Kund*innen hinsichtlich Erfüllung der Kund*innenbedürfnisse und Gestaltung auf Augenhöhe regelmäßig überprüft und verbessert.

Der Kundennutzen steht bei allen Beratungsdienstleistungen im Vordergrund, Bedürfnisse werden überprüft und verbessert, Beratungsziele gemeinsam festgelegt.

D1.2 Barrierefreiheit

Berichtsfragen

Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?

Welche benachteiligten Kund*innengruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?

Wie wird benachteiligten Kund*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen erleichtert?

Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlengagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer*innen erhalten?

Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?

Unsere Kundenkontakte umfassen Unternehmen, Kommunalverwaltungen, aktive Landwirte und private Gebäudeeigentümer*innen. Sollte es in seltenen Fällen zu Herausforderungen im Umgang mit unseren digitalen Dienstleistungsangeboten kommen, bemühen wir uns, eine individuelle, analoge Lösung für die betroffene Person zu finden.

Unser oberstes Ziel ist es, auf die Bedürfnisse und Anliegen unserer Ansprechpartner*innen einzugehen und maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln. In persönlichen Krisensituationen, wie einer schweren Krankheit oder dem Tod eines Firmeninhabers, stehen wir unseren Kund*innen aktiv zur Seite und unterstützen sie dabei, passende Lösungen zu finden. Unser Ansatz ist stets darauf ausgerichtet, Menschlichkeit und Solidarität in den Vordergrund zu stellen und gemeinsam Herausforderungen zu bewältigen.

Welche benachteiligten Kund*innen-Gruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?

renergie Allgäu e.V. schließt keine benachteiligten Kund*innengruppen aus und bemüht sich, für alle eine passende Lösung zu finden. Da die Beratungsziele stets in enger Zusammenarbeit mit unseren Kund*innen erarbeitet werden, können wir individuell auf unterschiedliche Bedürfnisse eingehen, zum Beispiel durch Vor-Ort-Termine, wenn ein Besuch in unserer Geschäftsstelle nicht möglich ist.

Ein Lösungsansatz besteht darin, energetische Sanierungen so zu planen, dass das verfügbare Budget optimal genutzt wird und das bestmögliche Ergebnis erzielt wird. Dabei legen wir großen Wert darauf, für alle Kund*innen Fördermittel möglichst

umfassend auszuschöpfen, um ihnen den größtmöglichen Nutzen zu bieten und einen Beitrag zur sozialen Gerechtigkeit und zum Gemeinwohl zu leisten.

Wie wird benachteiligten Kund*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte/Dienstleistungen erleichtert?

Für zahlreiche Projekte im Bereich der Erneuerbaren Energien bieten sich attraktive Fördermöglichkeiten, die es auch finanziell schwächer aufgestellten Kund*innengruppen ermöglichen, unsere Beratungsleistungen in Anspruch zu nehmen. Darüber hinaus ist die telefonische Kurzberatung für alle immer kostenfrei, um sicherzustellen, dass jeder Zugang zu wichtigen Informationen und Unterstützung erhält, unabhängig von der finanziellen Situation. Unser Ziel ist es, durch faire und inklusive Angebote den Zugang zu nachhaltigen Lösungen für alle zu erleichtern und damit einen Beitrag zum Gemeinwohl zu leisten.

Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlengagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer erhalten?

Die Preise unserer qualitativ hochwertigen Beratung richten sich stets nach dem Umfang des Beratungsbedarfs und nicht nach der Größe des beauftragenden Unternehmens.

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innengruppen gekauft wird

Der Umsatzanteil des Portfolios, das von benachteiligten Kund*innengruppen gekauft wird, kann von uns nicht angegeben werden, da keine Daten erfasst werden. Eine Einschätzung halten wir für nicht belastbar.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Homepage / Intranet auf Barrierefreiheit überprüfen

Leichte Sprache einsetzen, wo möglich und sinnvoll

Selbsteinschätzung

Erfahren

Lösungen für die größten Hürden der benachteiligten Kund*innengruppen bestehen, haben Relevanz für die Unternehmensstrategie und werden breit im Unternehmen eingesetzt, z.B. soziale Preisstaffelung oder adäquate Zugangserleichterungen.

D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfragen

Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?

Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?

Die Werbekampagne zu den Biogas Infotagen konzentriert sich auf etablierte Printmedien im landwirtschaftlichen Bereich ausschließlich in Deutschland. Wir sind uns sicher, dass es in unseren Partnerunternehmen kein unethisches Vorgehen gibt.

Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Es gehen keineWerbemaßnahmen über die informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus.

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische Kampagnen entfallen

2022
100 %

Anteil der Werbeausgaben, die auf unethische Kampagnen entfallen

2022
0 %

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?

Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?

In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?

Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?

Wir kooperieren mit Unternehmen, die unsere Ziele teilen. Diese sind, den nachhaltigen Einsatz von Energie zu fördern, insbesondere den Einsatz erneuerbarer Energien sowie den sparsamen und rationellen Einsatz von Energie. Folgend werden die Kooperationspartner aufgelistet.

Projekt-Kooperationen	Vereins-Partnerschaften
eza! Allgäu gGmbH: gegenseitige Empfehlung Universität Hohenheim: gemeinsames Forschungsprojekt, Wissensaustausch	Fachverband Biogas e.V. Sonnenwende Hindelang e.V. Kleinwasserkraft Österreich e.V. Kleinwasserkraft Österreich e.V. ADFC Kreisverband Kempten- Oberallgäu e.V. Bund der Energieverbraucher e.V. Mobil ohne Fossil e.V. Bundesverband Kraft- Wärme- Kopplung e.V. C.A.R.M.E.N e.V. ALB Bayern e.V. DGS Deutsche Gesellschaft für Sonnenenergie e.V. Trägerverein Umwelttechnologiecluster Bayern e.V. Landesverband Erneuerbare Energien Bayern e.V. Haus und Grund Kempten e.V. GWÖ Bayern e.V.

Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?

Wir planen, gemeinsam mit anderen Verbänden der Branche, die Gründung der Bayerischen Landesvertretung (LEE) des Bundesverbandes Erneuerbarer Energien, um künftig gemeinsam mit den darin vereinigten Fachverbänden breiter und wirkungsvoller auftreten zu können.

In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?

Wissen und Informationen werden in Bereichen wie Biogas, PV, Biomasse, Wasserkraft, Windkraft und Förderprogrammen mit Mitunternehmen geteilt.

Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

Wir kooperieren mit unterschiedlichen Hochschulen zu Forschungsprojekten, mit dem BAFA (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle) und der KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau). Dies erfolgt über einen Online- Fragebogen. Die Zeit erfassen wir nicht. Wir beteiligen uns an Projekten wie DEMETHA und LEE.

LEE (Landesverband Erneuerbare Energien Bayern e.V.) steht für eine Energieversorgung aus 100 % regenerativen Quellen.

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – in Stunden/ Jahr?

Keine Erfassung von Zeit- und Ressourcenaufwand der Kooperationsprojekte und -arbeiten. Eine Abschätzung ist nicht möglich.

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – als %-Anteil?

Keine prozentuale Erfassung von Zeit/ Umsatz, die/ der durch Kooperation mit Unternehmen, die die gleiche oder andere Zielgruppe ansprechen, oder zur andere Branche gehören, aufgewendet/ erzielt wird.

Wie viel Prozent von Zeit/ Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/ erzielt?

Keine prozentuale Erfassung von Zeit/ Umsatz, die/ der durch Kooperation mit Unternehmen, die die gleiche oder andere Zielgruppe ansprechen, oder zur andere Branche gehören, aufgewendet/ erzielt wird.

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

2022

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Ja

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Selbsteinschätzung

Vorbildlich

Angebot erfolgt prinzipiell (wo es möglich ist) in Kooperation. Wissen und Informationen werden für alle Mitunternehmen uneingeschränkt zugänglich angeboten. Branchenstandards konnten bereits erhöht werden (aktive Umsetzung).

Wir pflegen Kooperationen mit Vereinen aus der gleichen Branche, um gemeinsam nachhaltige Lösungen zu entwickeln. Im Rahmen dieser Partnerschaften sowie durch Projektkooperationen tauschen wir Wissen und Informationen aus, um gegenseitig voneinander zu lernen und unser gemeinsames Ziel der Förderung Erneuerbarer Energien voranzutreiben. Der aktive politische Austausch zu diesen Themen trägt dazu bei, den Branchenstandard im Sinne des Gemeinwohls zu erhöhen und eine nachhaltige Zukunft für alle zu gestalten.

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Wir sind grundsätzlich offen für solidarische Hilfe gegenüber anderen Unternehmen, die Energiewende kann nur gemeinsam gelingen. Im Jahr 2022 hatten wir keine konkreten Anfragen von Unternehmen bzgl. konkreter Unterstützung.

Verpflichtende Indikatoren

Die Mitarbeiter von renergie Allgäu e.V. werden nicht aktiv an andere Unternehmen überlassen. Mit Mitunternehmen werden gemeinsame Projekte bearbeitet z.B. das Projekt KLAWIR mit der Universität Hohenheim.

Wir empfehlen Mitunternehmen, die mit unseren Zielen und Werten übereinstimmen. Zahlen dazu werden allerdings nicht erfasst.

Die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen (wir haben unser Start-up mit Geldmitteln unterstützt um den Bürgerstrommarktplatz „cells energy“ weiter auszubauen), beläuft sich auf 65.000,00 €, was 10% vom Umsatz und 75% vom Gewinn entspricht sowie unser Tochterunternehmen renergie GmbH für den Bürgerstrommarktplatz „cells energy“ betrifft.

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2022

Unternehmenskategorie	Anzahl der Arbeitskräfte	Mitarbeitendenstunden
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0

Die Mitarbeiter von renergie Allgäu e.V. werden nicht aktiv an andere Unternehmen überlassen. Mit Mitunternehmen werden gemeinsame Projekte bearbeitet z.B. das Projekt KLAWIR mit der Universität Hohenheim.

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2022

Unternehmenskategorie	Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0

Wir empfehlen Mitunternehmen, die mit unseren Zielen und Werten übereinstimmen. Zahlen dazu werden allerdings nicht erfasst.

Wie hoch ist die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2022

Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	144.577,23	16	140

Die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen (wir haben unser Start-up mit Geldmitteln unterstützt um den Bürgerstrommarktplatz „cells energy“ weiter auszubauen), beläuft sich auf 144.577,23 €.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Kooperationen transparenter kommunizieren z.B. auf HP oder in der Mitgliederzeitschrift

Selbsteinschätzung

3

Fortgeschritten

Es gibt erste Erfahrungen mit der Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen, Finanzmitteln, Technologie in Notsituationen oder zur Unterstützung von Mitunternehmern. Helfen und Teilen mit Mitunternehmen anderer Branchen wird hochgehalten.

D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfragen

In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?

In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?

In keinen Bereichen.

Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern, und wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern bzw. wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

Die Marktführerschaft wird bei uns nicht angestrebt. Für uns steht das Ziel der 100prozentigen Versorgung durch Erneuerbare Energieträger im Mittelpunkt, nicht die Machtposition des eigenen Unternehmens auf dem Markt der Energie-Dienstleister.

Findet ein wertender Vergleich (besser/ schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt?

2022

Nein

Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?

2022

Nein

Werden geheime/ verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?

2022

Nein

Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kund*innen oder Produzent*innen in der Unternehmensstrategie verankert?

2022

Nein

Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/ Forschung/ Innovation blockieren könnten bzw. sollen?

2022

Nein

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

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

Berichtsfragen

Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?

Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?

Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?

Unser Ziel ist es, durch unsere Beratungsleistungen den Ausbau der Erzeugung und den Einsatz erneuerbarer Energien im Einklang mit den Prinzipien des Gemeinwohls zu fördern. Wir setzen uns für eine ganzheitliche Bewusstseinsbildung ein, um Verbraucher*innen und Gewerbetreibende für ein energiesparendes und klimaschonendes Handeln zu sensibilisieren. Mit jährlich etwa 5.500 bis 6.000 Beratungen trägt renergie Allgäu e.V. aktiv zur Reduzierung negativer ökologischer Auswirkungen bei, indem wir den sorgsamen und effizienten Umgang mit Energie sowie das Bewusstsein für erneuerbare Energien, Klimaschutz und Energieeffizienz stärken. Unser Handeln orientiert sich dabei an den Werten der Nachhaltigkeit, sozialen Gerechtigkeit und der Förderung des Gemeinwohls.

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?

Absolute Zahlen liegen nicht vor.

Unser Ziel ist es, durch unsere Beratungsleistungen den Ausbau und die Nutzung erneuerbarer Energien im Einklang mit dem Gemeinwohl zu fördern. Durch gezielte Bewusstseinsbildung und Aufklärung möchten wir Verbraucher*innen und Gewerbetreibende zu einem verantwortungsvollen, energiesparenden und klimaschonenden Handeln inspirieren. Mit jährlich rund 5.500 bis 6.000 Beratungen leisten wir einen aktiven Beitrag zur Reduzierung ökologischer Auswirkungen, indem wir den sorgsamen und effektiven Umgang mit Energie sowie das Bewusstsein für erneuerbare Energien, Klimaschutz und Energieeffizienz stärken.

Wir sind der Überzeugung, dass auch Beratungen anderer Unternehmen in unserer Branche zu ähnlichen Ergebnissen führen, da die rechtlichen Rahmenbedingungen, wie das EnVG, EEG oder GEG, eine wesentliche Grundlage für unsere Arbeit darstellen. Unser Fokus liegt jedoch darauf, diese Vorgaben im Sinne des Gemeinwohls zu interpretieren und umzusetzen, um so einen nachhaltigen und gerechten Beitrag zur Gesellschaft zu leisten.

Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?

Wir sind der Ansicht, dass auch Beratungen anderer Unternehmen in unserer Branche zu ähnlichen Ergebnissen führen können, da die rechtlichen Rahmenbedingungen eine wesentliche Basis für unsere Beratungsleistungen darstellen.

Unser Engagement gilt einer nachhaltigen, klimafreundlichen und generationengerechten Lebens- und Wirtschaftsweise, bei der ökonomische Interessen untrennbar mit ökologischen und sozialen Werten verbunden sind. Diese Überzeugung prägt nicht nur unsere berufliche Tätigkeit, sondern auch unser persönliches Handeln, das wir unabhängig von wirtschaftlichen oder ideologischen Einflüssen gestalten. Wir

setzen uns dafür ein, dass das Gemeinwohl und der Schutz unserer natürlichen Lebensgrundlagen im Zentrum unseres Tuns stehen.

Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

Die Ergebnisse unserer Beratungsdienstleistungen stellen wir ausschließlich digital zur Verfügung

Verbesserungspotenziale/Ziele

Umfassende Daten zu den ökologischen Auswirkungen für die Dienstleistungen zu sammeln und transparent zu machen.

Selbsteinschätzung

7

Vorbildlich

Umfassende Daten zu den ökologischen Auswirkungen für alle Produkte und Dienstleistungen liegen vor, Geschäftsmodell und Produktportfolio sind hinsichtlich ökologischer Auswirkungen optimiert. Produkte und Dienstleistungen haben keine oder signifikant geringere negative ökologische Auswirkungen als vergleichbare Alternativen (Kompensation nur für definitiv nicht vermeidbare ökologische Auswirkungen). Das Unternehmen weist maximale Rücknahme- und Entsorgungsquoten auf.

Da unsere Beratungsleistungen sich auf die Förderung erneuerbarer Energien konzentrieren, sind keine nennenswerten negativen ökologischen Auswirkungen zu erwarten. Dennoch berücksichtigen wir den Ressourcenverbrauch, insbesondere den Papierverbrauch und die Energie für digitale Prozesse. Hier setzen wir auf nachhaltige Lösungen, indem wir zertifizierte Lieferanten wählen und Strom von „cells energy“ nutzen. Umfassende Daten hierzu liegen vor und werden regelmäßig überprüft.

Zwar können Beratungsleistungen nicht rückgängig gemacht werden, aber wir gehen verantwortungsbewusst und transparent mit Rückmeldungen und Reklamationen um, um kontinuierlich zu lernen und unsere Arbeit im Sinne des Gemeinwohls zu verbessern.

D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

Berichtsfragen

Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?

Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?

Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?

Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen

Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?

Der Verein setzt sich für den verantwortungsvollen und nachhaltigen Umgang mit Energie ein, mit einem besonderen Fokus auf die Förderung erneuerbarer Energien sowie den sparsamen und effizienten Einsatz von Energie.

Unser Ziel ist es, durch unsere Beratungsleistungen den Ausbau und die Nutzung erneuerbarer Energien im Einklang mit den Prinzipien des Gemeinwohls zu fördern. Gleichzeitig möchten wir durch gezielte Bewusstseinsbildung und Aufklärung Verbraucher*innen und Unternehmen für energiesparendes und klimaschonendes Handeln gewinnen. Mit jährlich etwa 5.500 bis 6.000 Beratungen leistet renergie Allgäu e.V. einen aktiven Beitrag zur Reduzierung ökologischer Auswirkungen und zur Stärkung einer nachhaltigen und gerechten Energiezukunft.

Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?

auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

Wir sehen uns als treibende Kraft für eine erfolgreiche Energiewende hin zu 100 % Erneuerbarer Energie. Unser Engagement gilt einer nachhaltigen, klimafreundlichen und generationengerechten Lebens- und Wirtschaftsweise, in der ökonomische Interessen untrennbar mit ökologischen und sozialen Werten verbunden sind. Für uns steht das Gemeinwohl im Mittelpunkt, und wir setzen uns dafür ein, dass wirtschaftliche Aktivitäten stets im Einklang mit dem Schutz unserer Umwelt und den Bedürfnissen zukünftiger Generationen stehen.

Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

Wir initiieren, unterstützen und begleiten wirtschaftlich und ökologisch erfolgreiche Projekte für Erneuerbare Energien und optimale Energieeffizienz. Wir arbeiten und integrieren mit allen Partnern sachlich und aufgeschlossen. Wir verstehen uns als antreibende Kraft für den Erfolg der Energiewende mit 100% Erneuerbarer Energie, dies verbreiten wir auch über unsere berufliche Arbeit hinaus- frei von gedanklichen oder wirtschaftlichen Abhängigkeiten.

Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?

renergie Allgäu e.V. berät zu allen Bereichen der Erneuerbaren Energien, Energieeffizienz und Klimaschutz, alle unsere Produkte zielen also auf eine maßvolle Nutzung ab.

Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

Wir beraten zu allen Bereichen der Erneuerbaren Energien, Energieeffizienz und Klimaschutz, alle unsere Produkte zielen also auf eine maßvolle Nutzung ab.

Selbsteinschätzung

7

Vorbildlich

Die Förderung eines maßvollen Konsums ist wesentlicher Bestandteil des Geschäftsmodells und der Kund*innenbeziehungen. Das Produktportfolio enthält ausschließlich Produkte und Dienstleistungen, die einen suffizienten Lebensstil unterstützen.

Die Förderung eines bewussten und nachhaltigen Konsums ist ein zentraler Bestandteil unseres Vereinsmodells und unserer Beziehungen zu Kund*innen. Unsere Beratungsleistungen zielen darauf ab, im Bereich der Energie- und Stromversorgung einen ressourcenschonenden Umgang zu fördern und unterstützen gleichzeitig einen suffizienten Lebensstil. Dabei steht die Orientierung am Gemeinwohl und die Stärkung eines maßvollen, umweltfreundlichen Konsumverhaltens im Mittelpunkt unseres Handelns.

D3.3 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc.

In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?

gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?

In keinen Bereichen und nie wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen.

Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

Bei keinen Produkten und Dienstleistungen und nie können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden.

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Berichtsfragen

Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?

Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?

Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?

Alle Mitglieder haben in der jährlichen Mitgliederversammlung die Möglichkeit Tagesordnungspunkte einzubringen, Wünsche & Anträge zu äußern. Die Ladung zur Mitgliederversammlung erfolgt immer fristgerecht und in der Ladung wird auf diese Möglichkeit hingewiesen. Auch erfolgen die Beratungsleistungen in Form von Gesprächen, worin offen auf Feedback eingegangen werden kann.

Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?

Nein, es werden keine Produkte mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt.

Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Unser Verein setzt Marktforschung ein, um die bestehenden Dienstleistungen zu verbessern sowie neue Kundenwünsche im Bereich der Erneuerbaren Energie- und Stromversorgung aufzudecken.

Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind

2022

100 %

100% der Dienstleistungen entstehen mit Kundenbeteiligung, da bei jeder Beratung der Kundenwunsch/ -bedarf individuell ermittelt wird. Wenn ein Kunde uns beauftragt, gibt es bei jeder Beratung innovative Dienstleistungen oder Ergebnisse, da keine Beratung der anderen gleicht. Es sind immer individuelle Rahmenbedingungen vorhanden, die individuell und innovativ bearbeitet werden.

Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind

2022

100

Alle unsere Beratungen tragen zur ökologischen Verbesserung bei, da wir ausschließlich im Bereich der Erneuerbaren Energien tätig sind.

Selbsteinschätzung

Erfahren

Eine institutionalisierte, offene und transparente Form der Kund*innenmitwirkung ist realisiert. Konstruktives Feedback wird größtenteils umgesetzt. Kund*innen werden bei Innovationsprozessen gehört. Nachhaltigkeitsorientierte Verbesserungen beziehen Kund*innendialoge ein.

Unsere Dialog- und Mitentscheidungsstrukturen, wie die Mitgliederversammlung und Beratungsgespräche, bieten unseren Mitgliedern und Kund*innen die Möglichkeit, aktiv an Entscheidungsprozessen teilzunehmen. Konstruktives Feedback wird in der Regel umgesetzt und unsere Dienstleistungen werden kontinuierlich an den Bedürfnissen der Kund*innen ausgerichtet. Eine gemeinsame Entwicklung von nachhaltigen Produkten findet derzeit jedoch nicht statt.

D4.2 Produkttransparenz

Berichtsfragen

Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?

Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?

Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?

Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?

Alle angeboten Dienstleistungen sind auf der Webseite von renergie Allgäu e.V., unter dem Link www.renergie-allgaeu.dezu finden, die Preise für alle Dienstleistungen sind ebenfalls auf der Webseite veröffentlicht, unter dem Linkhttps://renergie-allgaeu.de/preise-mitgliedschaft/.

Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?

Inhaltsstoffe gibt es bei unserem Verein in den Beratungsleistungen nicht. renergie Allgäu e.V. berät zu allen Themen rund um Erneuerbare Energien, Energieeffizienz und Nachhaltigkeit, alle Informationen auf unserer Webseite sind ökologisch relevant.

Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen ?

Wir veröffentlichen unser Preis- leistungs- Verzeichnis transparenten im Internet unter https://renergie-allgaeu.de/wp-content/uploads/2022/03/20220302_Preis-und-Leistungsverzeichnis-renergie.pdf.

Die Wertschöpfungskette ist bei uns überschaubar (siehe Part A) und wir denken, dass unsere Leistungen hochwertig, nutzbringend und professionell sind und werden marktegerecht und fair abgerechnet.

Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

Wir sind der Meinung, dass es bei renergie Allgäu e.V. keine sozioökologischen Belastungen gibt, und durch unsere Beratungsleistungen entstehen keine Kosten, die von der Gesamtgesellschaft getragen werden müssen. Im Gegenteil, die Beratungsleistungen von renergie Allgäu e.V. tragen dazu bei diese zu vermindern. Mit ca. 5.500 – 6.000 Beratungen zu den Themen Erneuerbare Energien, Energieeffizienz und Klimaschutz trägt renergie Allgäu e.V. zur Reduzierung von sozioökologischen Belastungen bei.

Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes)

Wir bieten Beratungsdienstleistungen an, diese haben keine Inhaltsstoffe.

Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes)

2022

100 %

Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen

2022

Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen beträgt 0%

Selbsteinschätzung

7

Vorbildlich

Es erfolgt eine vollständige Kennzeichnung der Produkte und prozentuale Aufschlüsselung aller Preisbestandteile. Die Externalisierung von Kosten wird transparent ausgewiesen.

D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfragen

Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?

Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?

Die Produkte enthalten für Kund*innen oder die Umwelt keine Schadstoffe.

Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

Es gibt keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte.

Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes)

2022

0 %

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

Berührungsgruppe E

Gesellschaftliches Umfeld

Allgemeine Beschreibung der Berührungsgruppe

Die Arbeit von renergie Allgäu zielt darauf ab, die Energiezukunft unseres Landes und langfristig der ganzen Welt auf 100 Prozent Erneuerbare Quellen umzustellen. Unsere Vision ist es, den CO2-Ausstoß zu minimieren, dem Klimawandel ein Ende zu setzen, einen sorgsamen Umgang mit den Ressourcen zu erreichen und die Erde für alle nachfolgenden Generationen bewohnbar zu erhalten.

Unsere Ziele und Strategien umfassen dementsprechend Maßnahmen, die nicht nur auf einzelne Personen (Anlagenbetreiber, Nutzer von nachhaltigen Nahwärmenetzen, Anliegern von Erzeugungsanlagen...) Einfluss haben, sondern mit etwas Verzögerung und langfristig gedacht die gesamte Gesellschaft betreffen. Dabei wünschen wir uns, dass die von uns herbeigeführten Veränderungen nicht als Einschränkungen, sondern als nachhaltige Alternative empfunden werden.

Neben konkreten Maßnahmen (Beratung, Dienstleistung, Projektierungsbegleitung) sehen wir unsere Aufgabe auch darin, die Gesellschaft über unsere Motivation und Ziele aufzuklären, die Dringlichkeit und Notwendigkeit einer Energiewende argumentativ zu untermauern, zum Umdenken und Mitmachen anzuregen. Dies geschieht in Begegnungen und Gesprächen auf beruflicher Ebene ebenso wie im privaten Umfeld. Als Mitarbeitende von renergie Allgäu haben wir das erklärte Vereinsziel auch im persönlichen Alltag im Blick.

Wir stellen uns auch der Diskussion mit politischen Entscheidungsträgern und kontrovers eingestellten NGOs, um im konstruktiven Gespräch zu bestmöglichen Lösungen zu kommen.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

Berichtsfragen

Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe weiterführende Informationen) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?

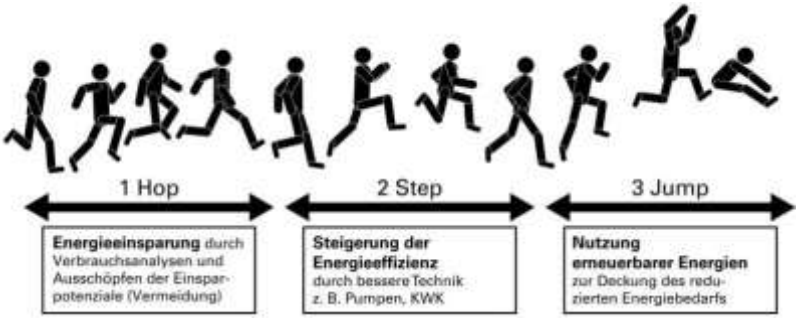
In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Welche der neun Grundbedürfnisse erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

Grundbedürfnis	In Dienstleistung	Nicht in Dienstleistung
Lebenserhaltung/ Gesundheit/ Wohlbefinden	x	
Schutz/ Sicherheit	x	
Zuneigung/ Liebe		x
Verstehen/ Einfühlung		x
Teilnehmen/Geborgenheit	x	
Muße/Erholung		x
Kreatives Schaffen		x
Identität/Sinn	x	
Freiheit/ Autonomie	x	

Lebenserhaltung/ Gesundheit/ Wohlbefinden:



Wir bieten Beratungsdienstleistungen im Bereich Erneuerbare Energien & Energieeffizienz an und orientieren uns hierzu auch am energetischen Dreisprung (siehe Bild). Mit unseren jährlich rund 5.500 bis 6.000 Beratungen trägt der renergie Allgäu e.V. zur Verringerung ökologischer Auswirkungen bei. Wir helfen Privatpersonen, Unternehmen & Kommunen ihre Energieversorgung zukunftssicher zu gestalten. Die Umsetzung unserer Empfehlungen führt zur Schonung von Ressourcen, zur Reduktion schädlicher Treibhausgase und zur Erhöhung des Anteils erneuerbarer Energien.

Schutz/ Sicherheit:

Sicherheit ist ein zentraler Aspekt bei der Umsetzung nachhaltiger Energiestrategien. Unsere Beratungsleistungen im Rahmen des energetischen Dreisprungs gewährleisten den Schutz vor Energieengpässen, steigenden Energiekosten und Umweltbelastungen.

Wir entwickeln Konzepte, die nicht nur die ökologische, sondern auch die wirtschaftliche Sicherheit unserer Kund*innen fördern und eine stabile Energiezukunft garantieren.

Teilnehmen/ Geborgenheit:
Durch den energetischen Dreisprung schaffen wir nachhaltige Lösungen, die alle Beteiligten – von Unternehmen über Mitarbeitende bis hin zu lokalen Gemeinschaften – aktiv einbinden. Unsere Beratungsprozesse fördern die Partizipation unserer Kund*innen der Gestaltung einer umweltfreundlicheren Zukunft und schaffen ein starkes Gemeinschaftsgefühl. Die Geborgenheit entsteht durch das Bewusstsein, einen positiven Beitrag zu leisten und nachhaltige Strukturen zu unterstützen.

Identität/ Sinn:
Im Rahmen unserer Beratungen helfen wir unseren Kund, sich als Vorreiterin der Energiewende zu positionieren. Durch die erfolgreiche Umsetzung des energetischen Dreisprungs können Unternehmen und Organisationen ihre ökologische Verantwortung und ihren Beitrag zur Gesellschaft stärken. Dies unterstützt sie dabei, eine klare Identität aufzubauen, die auf Nachhaltigkeit und Verantwortung fußt, und verleiht ihrem Handeln Sinn und Bedeutung.

Als Arbeitgeber legt renergie Allgäu e.V. großen Wert auf die Förderung ökologischer Verantwortung, regionaler Unabhängigkeit und sozialer Gerechtigkeit. Diese Werte spiegeln sich nicht nur in den Projekten des Vereins wider, sondern auch in seiner Rolle als Arbeitgeber.

Freiheit/Autonomie
Durch die Unabhängigkeit von fossilen Energieträgern und die Nutzung erneuerbarer Energien schaffen unsere Beratungen im Bereich des energetischen Dreisprungs Freiheit und Autonomie. Wir unterstützen unsere Kund*innen dabei, eigenständige und nachhaltige Energiekonzepte zu entwickeln, die sie unabhängig von externen Energielieferanten machen. Dies gibt ihnen die Freiheit, selbstbestimmt über ihre Energieversorgung zu entscheiden und gleichzeitig ihre ökologischen Fußabdrücke zu minimieren.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Grundbedürfnisse

2022
100 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Bedürfnisse nach Statussymbolen bzw. Luxus

2022
0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Menschen

2022
20 %

Beratung von Verbrauchern oder Verbraucherinnen zum sorgsamen und effektiven Umgang mit Energie, Aufklärung über Risiken und Schäden der Energiegewinnung aus fossilen und atomaren Anlagen, Bewusstseinsbildung zu Erneuerbaren Energien, Klimaschutz und Energieeffizienz.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Erde/ Biosphäre

2022
80 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes zur Lösung gesellschaftlicher oder

2022
100 %

ökologischer Probleme laut UN-Entwicklungszielen

Wir wirken am Klimaschutz mit. Wir beraten und ermutigen zu bezahlbaren und sauberen Energien aus 100 % erneuerbaren Quellen, energieeffizientes Wohnen und Arbeiten. Wir ermutigen auch zur Beteiligung an der Energiewende.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Mehrfachnutzen bzw. einfachem Nutzen

2022

100 %

100 % gesellschaftliche oder ökologische Probleme werden gelöst, z.B. bezahlbare und saubere Energie, nachhaltige Städte und Gemeinden, nachhaltiger Konsum/ Produktion, Maßnahmen zum Klimaschutz.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit hemmendem bzw. Pseudo-Nutzen

2022

0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Negativ-Nutzen

2022

0 %

Verbesserungspotenziale/Ziele

visionäre Inhalte/ Ziele entwickeln

Selbsteinschätzung

Vorbildlich

Ein Großteil der Produkte/ Dienstleistungen löst wesentliche gesellschaftliche Probleme laut UN-Entwicklungszielen. Innovative, visionäre Lösungen für die größten Herausforderungen der Menschheit sind umgesetzt.

Alle Dienstleistungen tragen wesentlich zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen bei, indem sie vollständig auf die Förderung erneuerbarer Energien ausgerichtet sind, wie es den UN-Nachhaltigkeitszielen entspricht. Dieser Ansatz ermöglicht es, innovative und visionäre Lösungen für die drängendsten globalen Herausforderungen, insbesondere die Klimakrise, zu entwickeln und umzusetzen.

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?

Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?

Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung über eine Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?

Unser Ziel ist es, durch unsere Beratungsleistungen den Ausbau und die Nutzung erneuerbarer Energien zu fördern sowie durch Bewusstseinsbildung und Aufklärung Verbraucher und Unternehmen zu einem energiesparenden und klimaschonenden Handeln zu motivieren. Mit unseren jährlich rund 5.500 bis 6.000 Beratungen trägt der renergie Allgäu e.V. zur Verringerung ökologischer Auswirkungen bei. Die Umsetzung unserer Empfehlungen führt zur Schonung von Ressourcen, zur Reduktion schädlicher Treibhausgase und zur Erhöhung des Anteils erneuerbarer Energien. Unsere Beratungstätigkeit initiiert jährlich energiesparende und klimaschonende Investitionen in Höhe von etwa 50 Millionen Euro, was zu einer CO2-Einsparung von rund 52.000 Tonnen führt. Genaue Daten werden zukünftig erhoben.

Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?

Erreichte Interessensgruppen			
Privatpersonen zu den Themen Energieeffizienz, Gebäudesanierung, Klimaschutz, Mobilität, Erneuerbare Energien	Gewerbekunden zu den Themen Energieeffizienz, Sanierung, Mobilität, Erneuerbare Energien	Kommunen zu den Themen Energieeffizienz, Sanierung, Mobilität, Erneuerbare Energien	Erzeuger von Erneuerbaren Energien zu den Themen Energieeffizienz, Sanierung, Mobilität, rechtliche Grundlagen, Technik, Innovation.
Maßnahmen			
Informationen auf der Webseite, Facebook, Zeitschrift renergie aktuell, offener Stammtisch, Infoveranstaltungen, persönliche Beratungen	Informationen auf der Webseite, Infoveranstaltungen, persönliche Beratung	Informationen auf der Webseite, Infoveranstaltungen, persönliche Beratung	Informationen auf Webseite, Infoveranstaltungen, Rundschreiben, Schulungen, persönliche Beratung

Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung, Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

renergie Allgäu e.V. als Arbeitgeber:

Wir betrachten die Arbeit unserer Mitarbeiterinnen als fundamentalen Bestandteil unserer Organisation und honorieren diese deshalb mit einer marktgerechten und fairen Vergütung. Kollegialität und ein respektvoller Umgang sind bei uns selbstverständlich, was die Zusammenarbeit im Team stärkt. Unsere Mitarbeiter*innen identifizieren sich stark mit unseren Zielen, wie dem Ausbau erneuerbarer Energien und dem Engagement gegen den Klimawandel. Diese Überzeugung leben und verbreiten sie nicht nur im beruflichen Umfeld, sondern auch darüber hinaus – unabhängig von wirtschaftlichen oder ideologischen Zwängen. Neue Erkenntnisse und Inhalte aus Schulungen werden unter allen Kolleg*innen geteilt und sowohl in der Kundenberatung als auch im Arbeitsalltag sowie im privaten Bereich umgesetzt.

renergie Allgäu e.V. als Beratungsdienstleister:

Unsere Beratungen zu erneuerbaren Energien vermitteln den Auftraggeber*innen stets neue Erkenntnisse und führen bei der Umsetzung unserer Empfehlungen zu veränderten Verhaltensweisen und häufig auch zu einer Anpassung des Lebensstils. Die Endlichkeit fossiler Energieträger, die drohende Klimaerwärmung und die Schadstoffbelastung machen deutlich, dass Handeln erforderlich ist – dies wird unseren Kund*innen durch unsere Beratung noch bewusster. Energieeffizienz in Gebäuden und am Arbeitsplatz, der Einsatz erneuerbarer Energieträger sowie Speichertechnologien tragen in jedem Fall zum Klimaschutz bei.

Art und Anzahl der Aktivitäten/ Maßnahmen pro Jahr

2022

Aktivitäten/ Maßnahmen	Anzahl pro Jahr
Beratung von Erzeugern erneuerbarer Energien	
Beratung von Privathaushalten	
Beratung von Gewerbekunden	

Beratung von Kommunen	
Gesamt	6.000

Unser Ziel ist es, durch unsere Beratungsleistungen den Ausbau und die Nutzung erneuerbarer Energien zu fördern sowie durch Bewusstseinsbildung und Aufklärung Verbraucher und Unternehmen zu einem energiesparenden und klimaschonenden Handeln zu motivieren. Mit unseren jährlich rund 5.500 bis 6.000 Beratungen trägt der renergie Allgäu e.V. zur Verringerung ökologischer Auswirkungen bei. Die Umsetzung unserer Empfehlungen führt zur Schonung von Ressourcen, zur Reduktion schädlicher Treibhausgase und zur Erhöhung des Anteils erneuerbarer Energien. Unsere Beratungstätigkeit initiiert jährlich energiesparende und klimaschonende Investitionen in Höhe von etwa 50 Millionen Euro, was zu einer CO2-Einsparung von rund 52.000 Tonnen führt. Genaue Daten werden zukünftig erhoben.

Anzahl der erreichten Menschen, z.B. Leser*innen, Besucher*innen

2022
150.000

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Gemeinwohl-Gedanken intern verankern

Eigenen Bereich zur Gemeinwohl-Bilanz im Intranet einrichten

Verbesserungspotenziale/Ziele

Sich als Firma in GWÖ-Regionalgruppe oder GWÖ-Themen-Hubs einbringen

Gemeinwohl-Gedanken intern verankern

Regelmäßige interne Meetings zur GWÖ-Berichterstattung und den Verbesserungspotenzialen

Highlights der Gemeinwohl-Bilanz in der Mitarbeitenden-Versammlung vorstellen

Selbsteinschätzung

Vorbildlich

(Konsum-)Verhalten der Menschen (auch der Nichtkund*innen) ändert sich durch unternehmerische Aktivitäten, z.B. Einkaufen beim Bauern oder bei der Bäuerin statt im Supermarkt. Kreative neue Lösungsansätze zur Verhaltensänderung werden umgesetzt, und die Kommunikation darüber wird seit Jahren integriert.

Die Beratungsleistungen von renergie Allgäu e.V. zu erneuerbaren Energien führen zu einer Veränderung des (Konsum-)Verhaltens der Menschen. Zudem werden innovative Lösungsansätze zur Verhaltensänderung umgesetzt und die Kommunikation darüber ist seit Jahren ein integraler Bestandteil unserer Arbeit (siehe Indikatoren).

E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?

Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?

Wir sehen keine negativen Auswirkungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen.

Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

Unsere Produkte und Dienstleistungen beeinträchtigen die Freiheit der Menschen nicht. Vielmehr initiieren, unterstützen und begleiten wir wirtschaftlich und ökologisch erfolgreiche Projekte im Bereich erneuerbarer Energien und optimaler Energieeffizienz. Wir sehen uns als treibende Kraft für den Erfolg der Energiewende hin zu 100% erneuerbarer Energie.

Als menschenunwürdig eingestufte Produkte und Dienstleistungen

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen

2022
0 %

Kund*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben

2022
0 %

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Berichtsfragen

Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z.B. in Form von Ertragsteuern, lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?

Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z.B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?

Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z. B. in Form von Ertragsteuern, lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?

Wir entrichten alle Steuern und Abgaben gemäß den für Kempten, Bayern und Deutschland geltenden Vorgaben und Rahmenbedingungen, z.B.:

Art der Steuer	Steuerhöhe
Körperschaftssteuer	28.296,08 €
Umsatzsteuer	140.991,60 €
Sozialversicherungsabgaben	147.707,17 €
Lohnsteuer	45.077,25 €
Solidaritätszuschlag	1.562,64 €
Gewerbesteuer	26.332,88 €

Erlöse
2022
794.187 €

Abgaben
2022
248.976,02 €

Subventionen
2022
0 €

Wertschöpfung
2022
964.417,79 €

Netto-Abgabenquote
2022
44 %

Selbsteinschätzung

Erfahren

Das Unternehmen leistet über Steuern und Sozialabgaben einen Beitrag, der mit dem unselbstständig Beschäftigter vergleichbar ist. Die Abgabenquote ist ein relevanter Aspekt für die Unternehmensführung.

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Berichtsfragen

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)?

Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?

Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?

Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet?

Aktivität	Jährliche Arbeitsstunden	Geldwerter Umfang
Freiwilliges gesellschaftliches Engagement des 1. Vorstands	120 h	3.600,00 €
Mitgründer Landesverband Erneuerbare Energien Bayern e.V. (LEE)	130 h	5.200,00 €.

Wir sind ein gemeinnütziger Verein und alle unsere Aktivitäten beinhalten gesellschaftliches Engagement für den Umwelt- und Klimaschutz. Auch ist das ehrenamtliches Engagement unserer Mitarbeiter in unterschiedlichen Vereinen (Sport, Kultur, Kirche) sowie politisches Engagement des 1. Vorsitzenden Thomas Hartmann als Stadtrat in Kempten (Grüne) hervorzuheben. Eine Erfassung zum zeitlichen Einsatz gibt es hierfür nicht.

Außerdem sind wir sind Markenpartner der Marke Allgäu und positionieren uns hier klar für das Allgäu mit dem Allgäu-Versprechen: Ökonomie und Ökologie (siehe auch https://standort.allgaeu.de/versprechen), welches sich im Wesentlichen mit den Punkten unseres Leitbilds deckt.

Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?

Die Arbeit als Vorsitzender von renergie Allgäu e.V. dient der strategischen Entwicklung des Vereins renergie Allgäu, ist immer satzungskonform und berücksichtigt das Leitbild. Daraus ergibt sich folglich der gesellschaftliche Nutzen in den Bereichen Klimaschutz, Beratung zu Erneuerbaren Energien und Energieeffizienz.

Die Mitarbeit im LEE e.V. dient der Vernetzung unterschiedlicher Akteure im Bereich der Erneuerbaren Energien bayern- und deutschlandweit. Daraus ergibt sich ebenfalls ein gesellschaftlicher Nutzen in den Bereichen Klimaschutz, Beratung zu Erneuerbaren Energien und Energieeffizienz auf überregionaler Ebene.

Das Engagement im LEE e.V. und bei der Marke Allgäu fördert die Bekanntheit von renergie Allgäu e.V. und trägt auch zur positiven Imagebildung bei. Beratungsaufträge werden allerdings dadurch nicht gewonnen.

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?

Beratung von Verbrauchern/Verbraucherinnen zum sorgsamen und effektiven Umgang mit Energie, Aufklärung über Risiken und Schäden der Energiegewinnung aus fossilen und atomaren Anlagen, Bewusstseinsbildung zu Erneuerbaren Energien, Klimaschutz, Energieeffizienz, Förderung der gemeinsamen Ziele in den Bereichen Erneuerbaren Energien, Klimaschutz, Energieeffizienz, Beitrag zur Region Allgäu als Lebens- und Wirtschaftsstandort.

Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?

Das Engagement im LEE Bayern e.V. bleibt weiterhin bestehen, der Geschäftsführer von renergie Allgäu e.V. ist als stv. Sprecher beim LEE Bayern e.V. aktiv. Thomas Hartmann hat sich als 1. Vorsitzender im Herbst 2021 wieder zur Verfügung gestellt.

Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

Das Engagement im LEE Bayern e.V. bleibt weiter bestehen und wird perspektivisch auch noch ausgebaut. Ebenso die Beteiligung an den Aktionen der Allgäu GmbH. Thomas Hartmann ist als 1. Vorsitzender im Herbst 2021 wiedergewählt worden.

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % des Umsatzes

2022

1 %

Aktivität	Jährliche Arbeitsstunden	Geldwerter Umfang
Freiwilliges gesellschaftliches Engagement des 1. Vorstands	120 h	3.600,00 €
Mitgründer Landesverband Erneuerbare Energien Bayern e.V. (LEE)	130 h	5.200,00 €.

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % der Gesamtjahresarbeitszeit

2022

7 %

Aktivität	Jährliche Arbeitsstunden	Geldwerter Umfang
Freiwilliges gesellschaftliches Engagement des 1. Vorstands	120 h	3.600,00 €
Mitgründer Landesverband Erneuerbare Energien Bayern e.V. (LEE)	130 h	5.200,00 €.

Selbsteinschätzung

Vorbildlich

Freiwillige Leistungen erreichen ein sehr hohes Ausmaß, und es existieren nachgewiesene und nachhaltig positive Wirkungen in vielen Bereichen. Es gibt ein etabliertes Wirkungsmanagement, und seit mehreren Jahren wird entsprechend Verantwortung übernommen.

Der Verein leistet einen überdurchschnittlichen Beitrag zum Gemeinwesen, der über die Zahlung von Steuern und Sozialabgaben hinausgeht. Zusätzlich werden innovative Ansätze entwickelt, wie beispielsweise die Förderung der Markenbotschaft für die Region Allgäu, um den positiven Einfluss auf die Gesellschaft weiter zu steigern.

E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfragen

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung? Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:

Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?

Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?

Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen?

Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?

Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?

Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?

Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung? Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:

Wir versichern, keine illegitimen Praktiken zur Steuervermeidung zu betreiben.

Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?

Nein, es werden keine Gewinne verschoben.

Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?

Nein, es werden keine bezahlt.

Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen?

Gibt es keine.

Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?

Es besteht kein Risiko.

Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?

Ja, auf unserer Website, unter diesem Link renergie-allgaeu.de/partner,findet man eine alphabetisch geordnete Liste aller unseren Partner.

Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?

Es werden keine internationalen Finanztransaktionen getätigt.

Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?

Es wurden keine Maßnahmen im Unternehmen ergriffen, da es keine internationalen Finanztransaktionen getätigt werden.

Wenn das Unternehmen Teil eines internationalen Konzerns ist, im Verbund mit anderen internationalen Partner*innen agiert oder an der digitalen Ökonomie (länderübergreifend) teilnimmt, muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartner*innen im

Ausland erfolgen, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10%) abfließt.

Länderspezifisches Reporting

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfragen

Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen?

Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?

Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträger*innen umgegangen?

Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?

Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?

Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?

Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?

Wie werden Interessenkonflikte (persönliche Interessen gegenüber Firmeninteressen) sichtbar gemacht, und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen?

Es bestehen kaum Korruptionsrisiken in unserem Verein. Wir lehnen Korruption grundsätzlich ab.

Kund*innen:
Unsere Beratungen unterliegen zum großen Teil rechtlichen Vorgaben (GEG, TRAS 120, TRGS 529, EEG), die Rahmenbedingungen sind also vom Gesetzgeber vorgegeben und lassen keinen Spielraum.

Lieferant*innen:
Wir halten uns an die von den Lieferant*innen vorgegebenen
Preise, Zahlungsmodalitäten,... siehe A.1
Wir setzten von unserer Seite auf offene & ehrliche Beziehungen und nehmen weder Bestechung an noch bieten wir diese an. Wir haben relativ wenige Lieferant*innen und auch keine großen Umsatzzahlen das führt unserer Meinung dazu, dass wir bis heute auch noch nie entsprechende Angebote erhalten haben.

Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?

renergie Allgäu e.V. ist satzungsgemäß ein wirtschaftlich und politisch unabhängiger Verein, wir lehnen Korruption entschieden ab, Korruption passt nicht zum Werteverständnis und zur gelebten Unternehmenskultur. In unserem Leitbild und Satzung stehen die Informationen welche Ziele wir folgen und wie wir mit Menschen umgehen. Wir identifizieren uns damit. Die Kosten für unsere Dienstleistungen veröffentlichen wir im Preis-/ Leistungsverzeichnis einsehbar für alle Kunden/ Interessenten unter dem Link renergie-allgaeu.de/wp-content/uploads/2022/03/20220302_Preis-und-Leistungsverzeichnis-renergie.pdf.

Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträgern umgegangen?

renergie Allgäu e.V. ist satzungsgemäß ein wirtschaftlich und politisch unabhängiger Verein, wir achten deshalb besonders auf einen ehrlichen und sachlichen Umgang mit allen politischen Entscheidungsträgern. Wir haben uns Standards für den Umgang mit unseren Partnern gesetzt, d.h. wir arbeiten mit ihnen sachlich und aufgeschlossen und lehnen unlautere Aktivitäten, die einen Vorteil mit sich bringen ab.

Welche Lobbying Aktivitäten betreibt das Unternehmen?

Wir betreiben keine Lobbying Aktivitäten.

Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?

Keine Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien.

Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?

Jeder Mitarbeitende kennt die Satzung und das Leitbild von renergie Allgäu e.V. und identifiziert sich damit. Bei unterschiedlichen Anlässen wie z.B. monatliche Teamsitzung oder die jährliche Teamklausur werden immer wieder Themen aus der Satzung und dem Leitbild aufgegriffen, erläutert und gemeinsam weiterentwickelt.

Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?

In wesentlichen Entscheidungsprozessen gilt das Mehraugenprinzip, z.B. werden Angebote oder Themen in den regelmäßigen Teamsitzungen besprochen.

Wie werden Interessenskonflikte (persönliche Interessen vs. Firmeninteressen) sichtbar gemacht und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

Wir setzen auf eine offene Kommunikation und die Orientierung der Mitarbeitenden am gemeinsam definierten Leitbild.

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?

2022

Ja

Keine Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien.

Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten (Eintrag ins Lobbying-Register) und Lobbying-Aufwendungen?

Wir betreiben keine Lobbying Aktivitäten.

Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen, und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?

2022

Nein

Korruption widerspricht jeglichen Grundsätzen von unserem Verein, sollte es dennoch dazu kommen sind alle Mitarbeiter sensibilisiert. Eine konkrete Aufforderung zur Anzeige bei vermuteter Korruption gibt es nicht. Allerdings wissen Mitarbeitende, dass Anonymität in allen Belangen zugesagt ist, wo diese vom Mitarbeitenden gewünscht ist.

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positivaspekt E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

renergie Allgäu e.V. ist ein gemeinnütziger Verein und erhält Spenden, auf die wir auch angewiesen sind. Deshalb gibt es auch kein festes Budget für soziale oder gesellschaftliche Zwecke. Im Einzelfall entscheiden der Vorstand und die Geschäftsführung gemeinsam.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Korruptionsprävention ausbauen

- Korruption verpflichtend anzeigen
- Obergrenze für Geschenke, bzw. eine Anzeigepflicht bei wertvollen Geschenken (z.B. >30€) einführen

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Berichtsfragen

Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:

klimawirksame Emissionen (CO2, N2O, CH4, ...)

Feinstaub und anorganische Emissionen

Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)

Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NOx, SOx ,CO2)

Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NOx, SOx)

ionisierende Strahlung

Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe

Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)

Landverbrauch

Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)

Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden, definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten: Klimawirksame Emissionen (CO_2, N_2O, CH_4, ...), Feinstaub und anorganische Emissionen, Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht), Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO_x, SO_x ,CO_2), Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x), Ionisierende Strahlung, Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe, Düngung in der Landwirtschaft, Eutrophierung), Landverbrauch, Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung).

Es werden kaum von oben genannten negativen Umweltwirkungen bei dem Prozess von unserer Beratung entstehen. Wir beziehen Strom aus erneuerbaren Quellen über den Marktplatz von "cells energy", das E-Auto lädt am Carport mit eigener PV-Anlage. Allein beim Heizen über die Fernwärme des ZAK fällt CO2 an (Primärenergiefaktor 0,22).

Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Bisher werden Daten zu Umweltwirkungen wie Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie
Energie-, Wasser- und Stromverbrauch nicht explizit erhoben. Es werden noch keine Umweltkonten geführt oder veröffentlicht.

Relevante Umweltkonten des Unternehmens

2022

Kennzahl	Verbrauch pro Jahr
Stromverbrauch	1.700 Kwh und 0 CO_2
Papierverbrauch	140 kg
Kunsteinsatzlicht	14 LED-Röhren x 2.500 lm
Ausstoß klimawirksamer Gase wird nicht erfasst	Keine Erfassung
Transporte	
Heizenergie	
Verbrauch von Trink- und Regenwasser	

Aktuell führen wir im Unternehmen noch keine detaillierten Umweltkonten. Der Verbrauch einiger Kennzahlen wurde ermittelt.

Da wir nur E-Auto fahren, gibt es keinen Benzinverbrauch. Zudem gibt es keinen Gas- und Chemikalienverbrauch. Und es gibt keine Schadstoffemissionen und sonstigen Umweltwirkungen entsprechend der jeweiligen Standardwirkungskategorie.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

PV-Anlage am Bauhof der Stadt Kempten

Carport mit PV-Anlage und Speicher für das eigene E-Auto

überdachter Fahrradstellplatz

ÖPNV Job-Ticket für Mitarbeitende (wenn gewünscht)

E-Auto darf für private Fahrten genutzt werden

Umkleide- und Duschmöglichkeit steht zur Verfügung

Strom aus erneuerbaren Quellen beziehen (cells energy)

Verbesserungspotenziale/Ziele

Fahrradleasing für Mitarbeitende anbieten

Fahrradwerkstatt inkl. Werkzeug einrichten

Druckerzeugnisse reduzieren (digitalisieren), bzw. wo weiterhin nötig auf doppelseitigen Druck umstellen

Papierverbrauch durch Prozess-Digitalisierung reduzieren

Dienstreisen wo immer möglich durch Online-Meetings ersetzen

Autofahrten durch Bahnfahrten ersetzen

Selbsteinschätzung

Fortgeschritten

Das Unternehmen kennt seine Ressourcennutzung und Emissionen sowie den ökologischen Fußabdruck, erhebt entsprechende Kennzahlen und verfügt über Optimierungsstrategien.

E3.2 Relative Auswirkungen

Berichtsfragen

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich

zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?

zu Mitunternehmen im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich…

… zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?

Wir produzieren wenig negativen ökologischen Auswirkungen bei der Erstellung von Beratungsdienstleistungen im Bereich der Erneuerbaren Energien. Im Gegenteil, die Umsetzung unserer Beratung trägt zur Reduzierung von CO_2 bei und stärkt den

Klimaschutz. Vergleichswerte zum Branchenstandard/ Stand der Technik liegen nicht vor.

… zu Mitunternehmern im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

Vergleichswerte zu Mitunternehmen im selben Geschäftsfeld/ Unternehmen in der Region liegen nicht vor.

Relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt

Bezug von Storm aus erneuerbaren Energien über unseren Marktplatz cells energy

Strom für das E-Auto aus dem Carport mit eigener PV-Anlage

Verbesserungspotenziale/Ziele

Erfassung von Verbrauchsdaten

renergie Allgäu e.V. ist ein kleines Unternehmen und wird die Verbrauchsdaten über eine Excel-Tabelle erfassen.

Daraus kann die Berechnung eines CO2-Fußabdruck erfolgen.

Selbsteinschätzung

3

Fortgeschritten

Das Unternehmen hat klar erkennbare Maßnahmen zur Reduktion ökologischer Auswirkungen gesetzt, die besser als branchenübliche sind.

E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfragen

Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörende Betriebsauflagen gibt es, und sind die Auflagen eingehalten?

Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten, oder sind Rechtsverstöße bekannt?

Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bezüglich ökologischer Belastungen liegen vor?

Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder*innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs etc.) gibt es?

Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in

Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörende Betreiberauflagen gibt es und sind die Auflagen eingehalten?

Es gibt keine Auflagen.

Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten oder sind Rechtsverstöße bekannt?

Alle relevanten Gesetzte und Verordnungen werden eingehalten, Verstöße sind keine bekannt.

Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bzgl. ökologischer Belastungen liegen vor?

Es liegen keine vor.

Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

Welche Kontroversen mit anderen Stakeholdern (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOS etc.) gibt es?

Es gibt keine.

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Berichtsfragen

Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?

In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?

Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?

Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?

Wir veröffentlichen Informationen zu Beratung, Veranstaltungen, Vereinszweck, Satzung und Leitbild. Die Daten unserer Beratungsergebnisse können ausschließlich gegenüber den Kunden veröffentlicht werden.

In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?

Wir veröffentlichen alle wichtigen Informationen auf unsere Webseite unter www.renergie-allgaeu.de. Insbesondere berichten wir hier auch über die GWÖ renergie-allgaeu.de/gemeinwohloekonomie. Und im Rahmen der Mitgliederversammlung veröffentlichen wir Geschäftsberichte und Jahresabschlüsse.

Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?

Im Rahmen der Mitgliederversammlung erfolgt die Entlastung des Vorstands, der Geschäftsführung, der Kasse.

Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Wir veröffentlichen alle wichtigen Informationen auf unsere Webseite unter www.renergie-allgaeu.de .

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

2022

Ja

Hier geht es zu unserer GWÖ-Bilanz aus 2022: renergie-allgaeu.de/gemeinwohloekonomie

Verbesserungspotenziale/Ziele

Gemeinwohl-Orientierung auf Website kommunizieren

Sich als Firma in GWÖ-Regionalgruppe oder GWÖ-Themen-Hubs einbringen

Regelmäßige interne Meetings zur GWÖ-Berichterstattung und den Verbesserungspotenzialen

Selbsteinschätzung

4

Erfahren

Umfassender Gemeinwohl-Bericht oder gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung, zusätzlich unabhängiges externes Audit.

Zusätzlich zur Berichterstattung identifiziert der Verein alle kritischen Aspekte und veröffentlicht diese bei Bedarf. Durch die Transparenz auf der Website wird der Öffentlichkeit ein direkter Zugang ermöglicht.

E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung

Berichtsfragen

Wie können Bürger*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?

Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Wie können Bürger*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?

Bürger*innen können mit uns jederzeit persönlich, per Telefon, E-Mail oder Fax in Kontakt treten. Außerdem steht es allen Bürger*innen frei Mitglied bei renergie Allgäu e.V. zu werden und über Vereinsbelange mitzuentscheiden z.B. im Rahmen der jährlichen Mitgliederversammlung.

Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

Gesellschaftliche Berührungsgruppen haben die gleichen Möglichkeiten mit uns in Kontakt zu treten, jederzeit persönlich, per Telefon, E-Mail oder Fax. Und im m Rahmen von öffentlichen Veranstaltungen auch direkt vor Ort, persönlich.

Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Ergebnisse werden in jedem Fall schriftlich dokumentiert und anschließend nach Themen sortiert, damit diese dann bei Entscheidungsprozessen miteinbezogen werden können.

Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitentscheidungsgrad)

2022

Mitentscheidungsgrad	Anteil der Mitentscheidung (in %)
Mitgliederversammlung	100

Im Rahmen der Mitgliederversammlung kann jedes Mitglied jederzeit Themen einbringen und mitentscheiden. Relevante Entscheidungen werden stets über die Mitgliederversammlung getroffen, sodass eine vollständige Mitbestimmung gewährleistet ist.

Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z. B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden?

2022

Nein

Verbesserungspotenziale/Ziele

institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs etablieren

Selbsteinschätzung

Erfahren

Bei allen wesentlichen Projekten werden aktiv relevante Berührungsgruppen einbezogen und Argumente ausgetauscht. Umfassende, leicht zugängliche Dokumentation ist vorhanden.

Bei allen wesentlichen Projekten werden die relevanten Berührungsgruppen (z. B. Mitglieder, Interessenten) aktiv eingebunden und Argumente werden ausgetauscht. Eine leicht zugängliche Dokumentation ist ebenfalls auf der Webseite des Vereins verfügbar.

E4.3 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfragen

Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?

Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?

Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?

Trifft nicht zu.

Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?

Die öffentliche Meinung wird NIE durch Fehlinformationen beeinflusst, weder direkt noch indirekt.

Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

Die Veröffentlichungen widersprechen sich nirgends, da sie auf klar erforschten Daten basieren.

Selbsteinschätzung

0 Minuspunkte

- Nicht zutreffend

Ausblick

Kurzfristige Ziele

1. Prüfung und Weiterentwicklung der eigenen betrieblichen Abläufe, Vorgehensweisen und Zielsetzungen
2. weitere Ausrichtung der geschäftlichen Grundsätze und Strukturen auf die Anforderungen einer gemeinschaftsverträglichen Betriebssituation.
3. Auseinandersetzung mit dem eigenen Verbrauch an Energie & Rohstoffen, dazu Erstellung einer THG-Bilanz.

Langfristige Ziele

1. Mitwirkung an der Herstellung einer nachhaltig funktionsfähigen Wirtschaftsordnung ohne quantitativen Wachstumszwang und ohne Schädigung der Lebensgrundlagen nachfolgender Generationen
2. Teilhabe an der Schaffung einer gerechteren Welt.

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

Auf eine Erklärung zur Konformität mit der bestehenden EU-Richtlinie zur Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen wird verzichtet.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert?

Mitarbeiter	Abteilung	Arbeitsstunden
Thomas Hartmann	1. Vorsitzender	5 h
Florian Weh	Geschäftsführer	2 h
Kilian Balszuweit	Sekretariat/ Buchhaltung	3 h
Monica Lehmkuhl	Marketing & Events	70 h

Außerhalb des Unternehmens:

Jörn Wiedemann, zertifizierter Gemeinwohl-Berater

Daniel Börnert, Gemeinwohl-Berater in Ausbildung

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

80 Stunden

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Dieser wurde innerhalb der Vorstandssitzung, der Mitgliederversammlung und diversen Teamsitzungen kommuniziert. Außerdem wurde er auf der unternehmenseigenen Webseite sowie in der Mitgliederzeitschrift „renergie aktuell“ publiziert.

Anhang

Anhang 1: Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner

A: Lieferant*innen

B: Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

C: Mitarbeitende

Gibt es eine Kantine für die Mehrheit der Mitarbeitenden

Wir haben keine Kantine oder Belieferung mit Catering. Es gibt einen Sozialraum für die Mitarbeitenden mit Küchenzeile, ausgestattet mit Kühlschrank, Spülmaschine, Herdplatte, Mikrowelle, Wasserkocher, Kaffeemaschine. Diese wird regelmäßig in den Pausenzeiten genutzt.

D: Kund*innen und Mitunternehmen

E: Gesellschaftliches Umfeld

Anhang 2: Liste der Anlagen und Referenzen

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Angaben zu Beginn | Allgemeines zum Unternehmen	Jahresabschluss_2022_-_BilanzGuV_m._VJ_HB_m11607_wj2022_20231115_121344.pdf	Anlage	
Aspekt A1.1 | Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette	Lieferant_innen-Tabelle_renergie_Allgäu_e.V._-_2022.xlsx	Anlage	
Aspekt C1.1 | Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur	Retro-Meetings.pdf	Anlage	
Aspekt C1.3 | Diversität und Chancengleichheit	Fachberatung_Biogas_2022.pdf	Anlage	
Aspekt E2.1 | Steuern und Sozialabgaben	E2.1-Steuern_u._Sozialabgaben_2022_calculator.pdf	Anlage	
Berührungsgruppe C | Mitarbeitende	Meetingformen.xlsx	Anlage	

Unternehmenslogo

GWÖ-Mitgliedschaft

renergie Allgäu e.V.
Burgstraße 16
87435 Kempten

Vollbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1
Berichtszeitraum: 01.01.2022 bis 31.12.2022

Erstellungsdatum: 16.09.2024

Dieser Bericht wurde in goodbalancer erstellt
www.goodbalancer.org