

contecta®



Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Contacta Immobilienverwaltung GmbH

Rechtsform: GmbH

Eigentums- und Rechtsform: GmbH im Besitz der Hüttl Holding GmbH (Gründerfamilie)

Website: www.contacta.de

Branche: Immobilienverwaltung

Firmensitz: Augsburg

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 23 Mitarbeiter (inkl. GL), davon 2 in Elternzeit, 6 Azubis, 4 Teilzeitkräfte, 11 Vollzeitkräfte

Vollzeitäquivalente: 14,8

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: Contacta Immobilienverwaltung Dresden GmbH, HiMetric GmbH (Heizkostenabrechnung und Rauchwarnmelder), Currion GmbH (Verkauf und Vermietung von Wohnungen), Axilio GmbH (Halten von Immobilien)

Berichtszeitraum: 2017-2018

Kurzpräsentation des Unternehmens

Die Contecta Immobilienverwaltung GmbH verwaltet knapp 4000 Wohnungen in Augsburg und Umgebung sowie einen kleinen Teil mit einem zweiten Büro und einer eigenen kleineren GmbH in Dresden. Wir sind auf Wachstum ausgerichtet und dieses Wachstum ist bisher zu 80% auf der Basis von Empfehlungen möglich. Wir arbeiten in Augsburg im Moment mit einem Team von 23 Personen (incl. Geschäftsleitung), 2 Kolleginnen sind derzeit in Elternzeit, sechs sind momentan in Ausbildung.

Mit den Jahren hat sich für uns immer deutlicher herauskristallisiert, was uns als Unternehmer und als Arbeitgeber wichtig ist:

„Wir verwalten keine Wohnungen, sondern Lebensräume von Menschen“

Im Mittelpunkt der Mensch – das haben wir uns nicht nur im eigenen Betrieb auf die Fahnen geschrieben - das ist auch die Leitlinie unseres Umgangs mit Kunden, Lieferanten, Geschäftspartnern und auch Mitbewerbern.

Konkret heißt das für uns:

- Uns ist das Wohlergehen unserer Mitarbeiter und ein positives Arbeitsklima sehr wichtig: Wir hören zu, nehmen uns Zeit für die Anliegen unserer Kollegen, ermutigen dazu, sich mit Ideen und Fähigkeiten in das Tagesgeschäft einzubringen und sorgen dafür, dass es zunächst mal unserem Team gut geht.
- Wir arbeiten mit fairen Methoden, sorgen für Transparenz und wahrhaftigen Umgang miteinander und suchen Partnerschaften auf Augenhöhe: im Team, mit Kunden und Lieferanten und... ja, auch mit unseren Mitbewerbern!
- Not hat Vorrang und ist nicht selten eine wichtige Antriebsfeder: Ob bei persönlichen Lebenssituationen unserer Mitarbeiter, ob in einer schwierigen Eigentümergeinschaft, in der es nicht selten Streit zu schlichten gilt oder in der Verantwortung als Unternehmer in unserer Umgebung und im Angesicht der Not weltweit. Wir können nicht die ganze Welt retten, aber immer wieder können wir sie durchaus ein bisschen besser machen oder zumindest unseren Teil dazu tun. Dafür engagieren wir uns in sozialen Projekten und in alternativen Wirtschaftsinitiativen regional und international.

Was uns auszeichnet?

- Wir legen besonderen Wert auf eine gute Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter: Neben der Entscheidung, selbst in den Berufen Immobilienkauffrau/-mann und Bürokauffrau/-mann auszubilden, hat bei uns jeder die Chance, sich in einem bestimmten Fachgebiet unserer Branche zu spezialisieren. So haben wir Experten für alle Themenbereiche unter einem Dach.
- Durch die Mitgliedschaft im Verband der Immobilienverwalter (VDIV) und im Verbund zertifizierter Immobilienverwalter (VZI) sind tragfähige Netzwerke entstanden – so stellen wir sicher, dass wir für unsere Kunden immer auf dem aktuellen Stand der Rechtsprechung und Gesetzgebung sind und nutzen ein breites Netzwerk, um den Herausforderungen unserer Eigentümergeinschaften zu begegnen
- Unsere Jahresabrechnungen sind übersichtlich und gut strukturiert. Die Contecta Immobilienverwaltung GmbH steht für Rechtssicherheit und Verbindlichkeit. Dabei sind wir technisch am Puls der Zeit: Über eine eigene Kunden-App haben unsere Eigentümer jederzeit Zugriff auf wichtige Kennzahlen, Daten und Dokumente der Hausverwaltung. Damit stehen ihnen alle wichtigen Unterlagen für ihre Immobilie jederzeit griffbereit zur Verfügung. Außerdem bietet die App eine unkomplizierte und benutzerfreundliche Kommunikationsplattform sowohl mit der Hausverwaltung als auch unter den Eigentümern einer Gemeinschaft.

- Wir sind TÜV-zertifiziert und sichern unseren Kunden damit eine kompetente Lösung möglicher Probleme, z.B. eine fachgerechte Abwicklung gegenüber der Versicherung bei Schäden.
- Wir sind im wahren Sinne immer für unsere Kunden da: Auch außerhalb der Bürozeiten, sowie an Sonn- und Feiertagen steht Tag und Nacht ein Mitarbeiter über unseren Notruf-Dienst zur Verfügung.

Unsere „Spezialität“ sind die besonders schwierigen Fälle: Das kann die zerstrittene Eigentümergeinschaft sein, die sich und den bisher gescheiterten Hausverwaltungen das Leben schwer gemacht hat oder die vertrackte Altbauanierung, mit der sich der Bauträger vollkommen übernommen hat wie auch das Dauer-Schimmel-Problem, für das es endlich ein Gesamtkonzept braucht, um ihm Herr zu werden.

Die Contecta Immobilienverwaltung wurde mehrfach ausgezeichnet: Ob mit dem LEW Innovationspreis für besonders innovative energetische Sanierungsprojekte oder von „Great place to work“ für eine sehr gute Gesamtperformance als Arbeitgeber. Darauf sind wir aus zwei Gründen stolz: Einerseits sind wir uns bewusst, dass damit immer die Leistung eines Teams ausgezeichnet wird, nie die eines Einzelnen und das geht nur, weil alle an einem Strang ziehen.

Und außerdem zeigt es, dass uns das gute Miteinander und das ständige Bemühen, uns weiterzuentwickeln, stärker machen und auch nach außen als etwas Besonderes wahrgenommen wird. Das wirkt sich auch auf das Klima im Büro aus, macht die Mitarbeiter stolz und zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Produkte / Dienstleistungen

- **Wohnungseigentumsverwaltung (87 %)**
Wir verwalten das Gemeinschaftseigentum von Wohnanlagen, in denen einzelne Wohnungen verschiedene Eigentümer haben. Unsere Hauptaufgabe besteht darin, die Jahresabrechnungen zu erstellen, Eigentümerversammlungen durchzuführen und die in der Eigentümerversammlung beschlossenen Maßnahmen umzusetzen.
- **Mietverwaltung (10%)**
Die umfasst die Verwaltung eines Wohnhauses bzw. eines Gewerbeobjektes, mit der kompletten Betreuung (Vermietung, Übergabe/Abnahme) aller Mieter.
- **Sondereigentumsverwaltung (3 %)**
Eigentümer einer einzelnen Wohnung können uns auch die Mietverwaltung anvertrauen. Diese ergänzt die Wohnungseigentumsverwaltung, da sich diese „nur“ um das Gemeinschaftseigentum einer Wohnanlage kümmert. Wir sind so Ansprechpartner für den Mieter.

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Wir sind schon seit vielen Jahren als Unternehmer darum bemüht, einen Lebens- und Arbeitsstil zu verwirklichen, der zutiefst dem Wohle des Menschen dient, Umwelt und Natur bewahrt, nachhaltig positive Ausstrahlung in die Gesellschaft hat, Not lindert und Armut dauerhaft beseitigen hilft. Wir haben uns schon vor vielen Jahren (zusammen mit etwa 800

anderen Unternehmen) der internationalen Initiative „Wirtschaft in Gemeinschaft“ angeschlossen und haben uns in diesem Kontext bereits verpflichtet, mit unseren Gewinnen soziale Initiativen zur Linderung von Armut und Entwicklungen in Richtung einer „Kultur des Gebens“ zu unterstützen.

Um uns mit anderen Unternehmern in diesen Anliegen auszutauschen und uns in der Umsetzung gegenseitig zu unterstützen, haben wir vor ein paar Jahren zusammen mit der Firma ElfgenPick GmbH & Co.KG, mit der wir in einem Gebäude, der „BOX“ arbeiten, den „Boxenstopp“ gegründet: Etwa vier Mal im Jahr laden wir interessante Initiativen, in diesem Sinne vorbildliche Unternehmer und Gesprächspartner ein, um gemeinsam „über den Tellerrand“ zu blicken und uns von den guten Ideen und Beispielen anderer inspirieren zu lassen.

Auch das „Boxenfrühstück“, zu dem wir jeden Freitag mit 10-12 befreundeten Unternehmern vorwiegend aus dem christlichen Kontext in der BOX zusammenkommen, dient dem gleichen Ziel der gegenseitigen Ermutigung und Bestärkung.

In den letzten zwei Jahren haben wir einige Aspekte der Nachhaltigkeit und des „Faktors Mensch“ in unserem Unternehmen besonders unter die Lupe genommen und gezielt an Verbesserungen gearbeitet:

- Wir haben den Kaffee für Mitarbeiter und Kunden umgestellt auf einen sehr hochwertigen, ökologisch und fair produzierten Spezialitätenkaffee
- Unser Leitungswasser verbessern wir qualitativ und energetisch mit dem Wasser2000-System
- Wir haben uns dem aufwändigen Evaluierungs- und Auditierungsverfahren „Great place to work“ unterzogen und neben einer Platzierung unter den „Besten Arbeitgebern Bayerns“ viele Ideen zur Verbesserung aufgenommen und eingeplant.

Als es jüngst darum ging, zu entscheiden, ob wir unsere TÜV-Zertifizierung erneuern, wurde uns bewusst, dass in diesem Verfahren und in den Bewertungs-Kriterien dazu ein großer Teil der zuvor genannten Bemühungen gar nicht in Betracht gezogen und also auch nicht gezielt gefördert wird.

Wir kennen die Grundideen der Gemeinwohlökonomie schon seit einigen Jahren und sind im vergangenen Jahr mit der bis dahin einzigen zertifizierten Unternehmerin in Augsburg ins Gespräch gekommen. Uns wurde durch diesen Austausch nicht nur deutlich, wie viele Grund-Anliegen uns bereits mit den Prinzipien der GWÖ verbinden, sondern dass sich darin für uns durchaus noch erhebliche Wachstums- und Entwicklungspotentiale auftun, speziell in den Bereichen Ökologie, Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit.

Kontaktpersonen: Thomas und Christine Hüttl
Werner-Heisenberg-Str. 4
86156 Augsburg
0821-455 418 0
www.contecta.de

Testat



Zertifikat:	Peerevaluation	Gemeinwohl-Bilanz	für	Contecta Immobilienverwaltung GmbH
	M5.0 Vollbilanz	2017-2018	Peergruppe:	PG-Paartal-2019-1
Begleiter*in	Jörn Wiedemann		Beteiligte Peergruppen Firmen	
			Architekturbüro Mießl GmbH Schloss Blumenthal GmbH & Co. KG Bürgerenergiegenossenschaft im Landkreis Pfaffenhofen a. d. Ilm eG Bürger-Energie-Genossenschaft Neuburg-Schrobenhausen-Alchach-Eichstätt eG	

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Benützungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 10 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 20 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 10 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 10 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 20 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 40 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 0 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 50 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 40 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 10 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 70 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 30 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 40 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 20 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 10 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 40 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 20 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 0 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 0 %
			Testat gültig bis: 30. September 2022	BILANZSUMME: 246

Mit diesem Zertifikat wird das Peergroup-Ergebnis des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: 7td4
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Verfahren der Peerevaluation finden Sie auf www.ecogood.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

- **Kriterien für die Auswahl von Lieferanten**

Wir kaufen insbesondere IT Dienstleistungen (Hardware, Software, Druck), Beratungsdienstleistungen (Steuerberater, TÜV), Postdienstleistungen ein. Kriterien hierfür sind insbesondere Zweckmäßigkeit und Preis. In aller Regel kennen wir die Geschäftsleitung der Lieferanten, so dass wir einen Eindruck von den dortigen Arbeitsbedingungen und die gesellschaftlichen Auswirkungen des jeweiligen Unternehmens haben.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

- **Faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen**

Wir pflegen langjährige Geschäftsbeziehungen mit unseren Lieferanten. Dies allein zeigt schon einen fairen und solidarischen Umgang miteinander. Wir zahlen Lieferanten in der Regel unter Ausnutzung der Skontofrist oder mittels Lastschrift. Zum Beispiel sind wir mit unseren Softwarelieferanten im Austausch, um die jeweilige Software weiter zu entwickeln. Gerade hier erleben wir häufig ein faires Geben und Nehmen.

Da die Lieferantenbeziehungen zum Großteil jahrelang bestehen, gehen wir davon aus, dass die Lieferanten mit der Geschäftsbeziehung durchaus zufrieden sind.

- **Fairer Anteil der Lieferant*innen an der Wertschöpfung**

Die Preise einzelner Lieferanten (Software) beruhen auf einem mengenabhängigen Modell, das heißt, durch eine Ausweitung unseres Geschäftes profitieren auch die Lieferanten von mehr Umsatz und Gewinn.

- **Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen**

Nach der anliegenden Lieferantentabelle bestehen Geschäftsbeziehungen mit den Hauptlieferanten teilweise seit 1992 (Gründungsjahr). Die durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehungen errechnet sich mit 9 Jahren.

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

Da wir eine Dienstleistung erbringen und die Lieferanten keinen direkten Bezug zu unserer Wertschöpfungskette haben, lässt sich diese Frage nur schwer beantworten. Zwei Beispiele könnten für eine Beurteilung hilfreich sein:
Büromaterial: Hier gibt es aus unserer Sicht gar keinen Zusammenhang in der Wertschöpfung.

Software: Die Hausbank München eG ist für uns weniger Bank als vielmehr Software-Lieferant. Die Vergütung für die Software-Bereitstellung und –Pflege erfolgt nach einem System, das Mindestpreise pro Wohnanlage und Stückpreise pro Wohneinheit vorsieht, d.h. mit jeder neuen Wohnanlage, die wir verwalten, steigt auch der Umsatz des Lieferanten an. Gleiches gilt für casavi (Kundenportal, Bezahlung nach Wohneinheiten) und CAJAC (CRM-Software, Lizenz nach Usern).

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

- **Fairer und solidarischer Umgang aller Beteiligten miteinander entlang der Zulieferkette**
Bisher nehmen wir keinen Einfluss diesbezüglich auf die Zuliefererkette. Wir haben jedoch auch Einfluss bei der Auswahl von Lieferanten für die von uns verwalteten Wohnanlagen. Hierbei legen wir durchaus schon jetzt Wert auf einen fairen Umgang. Zum Beispiel achten wir darauf, dass Hausmeister Servicefirmen fair bezahlt werden, um ihrerseits faire Löhne an ihre Mitarbeiter bezahlen zu können. Im Rahmen der Zertifizierung nach ISO 9001 bewerten wir jedes Jahr die wichtigsten Lieferanten der von uns verwalteten Wohnanlagen. Hierbei werden auch Kriterien wie Erreichbarkeit, Zuverlässigkeit und Verlässlichkeit berücksichtigt. Bisher wurden zum Beispiel gerechte Bezahlungen bei den Lieferanten nicht berücksichtigt.
- **Fordern und Fördern eines fairen und solidarischen Umgangs aller Beteiligten miteinander entlang der Zulieferkette**
Mit unseren Softwarelieferanten pflegen wir einen engen Kontakt, um gemeinsam die Software weiterzuentwickeln. Davon profitieren beide Teile. Mit den übrigen Lieferanten werden vereinzelt einmal jährlich Partnergespräche geführt, um auch hier für eine Verbesserung der Zusammenarbeit beiderseits zu sorgen. Im Juli 2019 findet erstmalig ein Partnertag mit unseren Lieferanten in unserem Hause statt. Zentrale Fragestellung hierbei ist: „wo drückt der Schuh?“ Diese Frage ist ausdrücklich an beide Teile gerichtet, um ein gegenseitiges Verständnis zu verbessern und gegebenenfalls Lösungen zu erarbeiten. Erstmals werden wir hierbei auch unsere GWÖ-Bilanzierung vorstellen.
- **Überprüfung und Sanktionierung eventuell vorhandener Risiken und Missstände**
Wenn Missstände bei Lieferanten bekannt werden, würden wir daraus unmittelbar Konsequenzen ziehen und so schnell wie möglich umsetzen. Unsere EDV ermöglicht uns auch, Lieferanten nach jedem einzelnen Auftrag zu bewerten. Eine Häufung von negativen Bewertungen führt dann auch zur Sperrung des Lieferanten.
- **Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt**
Keine unserer unmittelbaren Lieferanten trägt bislang ein entsprechendes Label. Einzig der Lieferant für Kaffee verfügt über eine lückenlose Nachverfolgung der Produktentwicklung vom Kaffee-Bauern bis hin zur eigenen Röstung. Sie verfügen dennoch nicht über ein Label, da ihnen die bisherigen verfügbaren Label nicht ausreichend auf Fairness und Ökologie achten.
- **Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.**
Einzig der Lieferant für Kaffee hat unseres Wissens dieses Thema präsent. Von anderen Lieferanten liegen uns dazu keine Informationen vor. Es war auch noch nie ein Auswahlkriterium.

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

- **Marktmacht gegenüber Lieferant*innen und wie wird sie eingesetzt?**

Wir verfügen bezüglich unserer eigenen direkten Lieferanten über keine ausreichende Marktmacht, um sie gegenüber den Lieferanten ausnutzen zu können. Dies würde auch unserer Firmenphilosophie widersprechen.

Bezüglich der Lieferanten der von uns verwalteten Wohnanlagen verfügen wir inzwischen durchaus über eine gewisse Marktmacht (Strom, Gas). Wir nutzen diese nicht aus, um Preise zu drücken, sondern um zum Beispiel eine beschleunigte Abwicklung von Rechnungsstellungen oder Ähnlichem zu erreichen. Dies hat auf den Lieferanten jedoch keine negativen Auswirkungen, sondern bringt ihm bei Erfüllung der Anforderungen eine höhere Kundenbindung ein.

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

- **Auswahlkriterien für Rohware, Produkte und Dienstleistungen**

Rohware, Produkte und Dienstleistungen werden in erster Linie nach preislichen Kriterien ausgewählt. Darüber hinaus beachten wir Empfehlungen von befreundeten Unternehmen. Zum Beispiel haben wir einen Kopierer aus Leasingrückläufern gemietet, den der Lieferant generalüberholt hat. Auf diese Weise werden Geräte, die eigentlich ausrangiert werden, länger als vorgesehen genutzt.

Dienstleister werden auch nach der Nähe zum Leistungsort ausgewählt. Dies erfolgt noch nicht aus ökologischen Überlegungen, sondern aus der besseren „Greifbarkeit“ des Dienstleisters für den Fall eines Mangels.

- **Ökologische Kriterien bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen**

Erste ökologische Fragestellungen bei der Auswahl von Produkten und Lieferanten werden berücksichtigt. Zum Beispiel wird künftig bei der Ausstattung der Mitarbeiter mit Mobiltelefonen die Firma FairPhone berücksichtigt.

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

Der Anteil von ökologisch höherwertigen Alternativen ist derzeit noch gering.

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

Einzelne Lieferanten tragen zur Reduktion ökologischer Auswirkungen bei, zum Beispiel die Firmen Elfgenpick

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

- **Informationsaustausch mit Lieferant*innen**

Wir betreiben eine sehr offene Kommunikation gegenüber unseren Lieferanten und arbeiten gemeinsam an Verbesserungen der Zusammenarbeit. Erstmals wurde im Sommer 2019 ein Partnertag durchgeführt, zu dem wir etwa 50 Lieferanten begrüßen konnten. Beim Hauptvortrag „Die besten Mitarbeiter finden und halten“ haben wir unsere Erfahrungen zu diesem Thema vorbehaltlos weitergegeben.

Etwa ein Drittel unserer Lieferanten war beim Partnertag anwesend und hat mit uns

offen über Verbesserungen in der Zusammenarbeit diskutiert. Eine Auswahl von Lieferanten nach diesem Kriterium erfolgt bisher nicht.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

- **Risikodeckung durch Eigenmittel**
Das Unternehmen ist vollständig unabhängig von Fremdfinanzierungen. Es sind im Unternehmen und in der Unternehmensgruppe ausreichend freie Mittel zur Verfügung, um Krisen gleich welcher Art überstehen zu können. Vereinzelt werden Investitionsobjekte (zum Beispiel Server, Fahrzeuge) geleast oder finanziert. Dies erfolgt ausschließlich dann, wenn die erforderlichen Raten langfristig gesichert sind. Grund hierfür ist lediglich eine Schonung der vorhandenen Liquidität.
- **Gewinn von Eigenmitteln**
Die Eigenmittel stammen ausschließlich aus der ursprünglichen Stammeinlage sowie den kumulierten Gewinnen.
- **Eigenkapitalanteil**
90%

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

- **Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken**
Da die Fremdfinanzierung in unserem Unternehmen eine untergeordnete Rolle spielt, wurden auch noch keine Finanzierungen über Berührungsgruppen oder Ethikbanken durchgeführt.
- **Ablösung von konventionellen Krediten und Verringerung von Finanzrisiken**
Derzeit laufende Leasing und/oder Finanzierungen werden planmäßig zurückgeführt. Neue Verträge zur Fremdfinanzierung sind derzeit nicht vorgesehen.
- **Fremdkapitalanteil (%-Anteil Fremdkapital)**
10%

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

- **Finanzpartner*innen des Unternehmens**
Grenke-Leasing, VW-Bank
- **Ethisch-nachhaltige Ausrichtung der Finanzpartner*innen**
Die ethisch-nachhaltige Ausrichtung können wir derzeit nicht beurteilen. Wir gehen jedoch davon aus, dass derlei Kriterien bei den Finanzpartnern nur untergeordnete Bedeutung haben.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

- **Notwendige Zukunftsausgaben und Risikovorsorge**
Geplant ist, im Jahr 2020 den eigenen Server zu aktualisieren und zu vergrößern, um dem zu erwartenden Wachstum EDV-technisch gerecht zu werden. Diese Investitionen werden voraussichtlich wieder über Leasing finanziert, um die Kosten über drei Jahre zu verteilen und die vorhandene Liquidität zur Risikovorsorge zu schonen.
- **Ansprüche der Eigentümer*innen an ihre Kapitalerträge**
In den letzten Jahren wurden keine Kapitalerträge an die Eigentümer*innen ausgeschüttet. An Mitarbeiter wurden Gewinnausschüttungen vorgenommen. Es wurden soziale Einrichtungen unterstützt. Übrige Gewinne sind im Unternehmen verblieben.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

- **Eigentümer*innen, ihre Anteile, Rechte, Pflichten und Haftungen**
Die Contecta Immobilienverwaltung GmbH steht zu 100 % im Eigentum der Hüttl Holding GmbH. Die Hüttl Holding GmbH wiederum steht im Eigentum von Thomas und Christine Hüttl, sowie drei der vier Kinder.
- **Formen von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung**
Derzeit gibt es keine Eigentumsbeteiligung (zum Beispiel für Mitarbeiter) über die Familie hinaus. Unternehmerische Entscheidungen hingegen werden durchaus im Mitarbeiterkreis diskutiert.
- **Sicherung von transparenten Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer***
Unternehmerische Entscheidungen wurden mit den Kindern schon sehr frühzeitig diskutiert und die Kinder damit an ein Unternehmergehen herangeführt.
- Die Einbringung des Unternehmens in die Hüttl Holding GmbH erfolgte im Jahr 2016. Die Eigentümerstruktur ist seither unverändert.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

- **Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur**
Die Mitarbeiterorientierung ist grundlegender Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Von Seiten der Geschäftsleitung wird jede Gelegenheit genutzt, um sich über das Befinden der Mitarbeiter zu erkundigen. Dies beginnt schon beim Gespräch „zwischen Tür und Angel“ und geht bis zu den Mitarbeitergesprächen, die in der Regel dreimal pro Jahr terminiert durchgeführt werden. Hauptaugenmerk der Geschäftsleitung liegt dabei darauf, Motivationshemmnisse zu beseitigen. Als Besonderheit ist zu nennen, dass in der Regel alle zwei Jahre die Mitarbeiter auch die Unternehmensleitung direkt bewerten (ergänzend zur Teilnahme an „Great-Place-to-Work“ und der jederzeit möglichen Bewertung auf kununu.com).

- **Fehler und Konflikte im Unternehmen**
Im Unternehmen ist eine Fehlerkultur etabliert. Es ist jedem Mitarbeiter von Beginn seiner Tätigkeit an bewusst, dass er Fehler machen wird. Weder von der Geschäftsleitung noch von den anderen Mitarbeitern wird beim Entdecken eines Fehlers nach einem Schuldigen gesucht, sondern nach einer Lösung. Fehler zu machen ist also nicht wirklich schlecht, Fehler zu vertuschen jedoch schon. Diese Fehlerkultur wirkt sich auch auf das betriebliche Vorschlagswesen aus, das seit Jahren nach Einführung der Chancenzettel erheblich verbessert wurde. Auch hier geht es darum, Fehler zu verhindern, auch wenn sie noch gar nicht entstanden sind.
- **Selbstorganisation und Eigenverantwortung**
Mitarbeitern werden Aufgaben übertragen und damit auch die einhergehende Verantwortung. Je nach Reife eines Mitarbeiters in seinem Verantwortungsbereich finden Kontrollen durch die Geschäftsleitung mehr oder weniger häufig statt. Dies auch nicht, um den Mitarbeiter bei einer Fehlleistung zu erwischen, sondern um die Qualität unserer Arbeit den Kunden gegenüber sicherzustellen. Für die wichtigsten Prozesse im Unternehmen werden auf Unternehmens- oder Abteilungsebene Ziele festgelegt, die in regelmäßigen Abständen (teilweise täglich) aktuell visualisiert werden, so dass jeder Mitarbeiter den jeweiligen Zielerreichungsgrad immer vor Augen hat. Die Ziele sind in der Regel so vereinbart, dass die Mitarbeiter einen hohen Grad der Selbstorganisation erhalten.
- **Fluktuationsrate**
Sehr niedrig. Eine Kündigung im vergangenen Geschäftsjahr 2018
- **durchschnittliche Betriebszugehörigkeit**
Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beträgt 8,3 Jahre.
- **Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen**
98 im vergangenen Jahr 2018.
- **Anzahl und Regelmäßigkeit an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur**
Umfassende Mitarbeiterbefragung im Rahmen von „Great-Place-to-Work“ in 2017
- **Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitenden bzw. nach Führungsebene**
Ca. 16 Stunden pro Mitarbeiter und Jahr, unabhängig von Führungsebene.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

- **Betriebliche Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz**
 - Kontinuierlich frisches Obst kostenlos für alle Mitarbeitenden zur Verfügung.
 - Ein Ruheraum, der auch als Bibliothek und Gebetsraum für unsere muslimische Mitarbeiterin genutzt wird.
 - Eine firmeneigene Cafeteria mit kostenlosem Zugang zu Spezialitäten-Kaffee, Tee und Kaltgetränken. Hier stehen in den Sommermonaten auch die Terrasse und die Außenanlage zur Verfügung.
 - Rückenfreundliche Bürostühle für alle Mitarbeitenden.
 - Nach Bedarf: auf Betriebskosten individuelle Gleitsicht-Bildschirmbrillen
 - auf Wunsch: höhenverstellbare Schreibtische
 - Angebot für alle Mitarbeitenden: vergünstigte Nutzung qualitativ hochwertiger Fitnessstudios

- alle Mitarbeiter haben an einem Tagesseminar zum persolog-Stressprofil teilgenommen und konnten dabei Erkenntnisse über ihren persönlichen Umgang mit Stress erlangen und Änderungen herbeiführen.
- **Maßnahmen zum Schutz vor gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen**
 - Wenig Bewegung/Übergewicht: Angebot Fitnessstudios
 - Rückenschäden durch ungünstige Arbeitshaltung: verstellbare Schreibtische, höhenverstellbare Bildschirme, ergonomische Bürostühle
 - Augen-/Sehprobleme, Kopfschmerzen durch lange Bildschirmzeiten: strahlungsarme Bildschirme, Augenkontrolle, Gleitsichtbrillen
 - Schlechte Ernährung wegen kurzer Mittagspause: bisher unregelmäßig frisch gekochtes Mittagessen/Salatbuffet
- **Gesundheits-/Krankenquote**
Krankenstand im Jahr 2018: 1,03%
- **Genutzte Angebote**
Von allen Mitarbeitern nutzen das Angebot für ein vergünstigtes Fitnessstudio ca. 20%. Das Angebot für Bildschirm-Arbeitsbrillen wurden von drei Mitarbeiterinnen angenommen. Das Angebot für die Verwendung von Headsets beim Telefonieren wird von fast allen Mitarbeitern genutzt. Dabei ist die Auswahl dem Mitarbeiter völlig freigestellt.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

- **Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden**
 - Ausgewogene Verteilung zwischen Männern und Frauen in allen Ebenen. Bei der Ermöglichung von Elternzeit und auch spontanen Freiräumen für Kinderversorgung besteht großes Entgegenkommen.
 - Mitarbeitende verschiedener Nationalitäten bringen sich mit ihren kulturellen Reichtümern ein, sie ist keinerlei Hindernis bei der Einstellung, allerdings sind gute deutsche Sprachkenntnisse Voraussetzung für die Arbeit.
 - Auch die Religionszugehörigkeit ist keinerlei Hindernis. Unsere muslimische Kollegin nutzt die Bibliothek als Gebetsraum.
- **Ausgleich von (hierarchischen) Unterschieden und Förderung besonderer Talente**
 - Politik der „offenen Türen“ innerhalb des Unternehmens. Auch die Geschäftsleitung steht bei Bedarf jederzeit zu Gesprächen zur Verfügung. Dreimal im Jahr finden Mitarbeitergespräche statt.
 - Im Unternehmen duzen sich alle Kolleg*innen. Es gibt keinerlei Diskriminierung nach Alter, Geschlecht oder Position.
 - Jeder Kollege kann sich mit eigenen Ideen und Vorschlägen jederzeit einbringen und wird gehört. Wöchentlich werden Verbesserungsvorschläge mit allen diskutiert und bei Zustimmung als Maßnahme in den Arbeitsablauf integriert.
 - Alle Kolleginnen werden immer wieder ermutigt und nutzen die Chance, sich kreativ und konstruktiv einzubringen (Gestaltung von Festen, Vorschläge für Freizeitgestaltung, Planung von gemeinsamen Ausflügen, Organisation von gemeinsamen, teambildenden Initiativen wie zum Beispiel Firmenlauf, Wichteln, Sommerfest...).
 - Mindestens zweimal jährlich sind teambildende Maßnahmen mit der ganzen Belegschaft eingeplant.

- **Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen**
 - Basis sind immer 18 Mitarbeiter, die bei der Contecta angestellt sind (ohne neue Azubis und ohne Geschäftsleitung)
 - 5 Männer ohne Führungsfunktion, 10 Frauen ohne Führungsfunktion, 2 Männer mittlere Führungsebene, 1 Frau mittlere Führungsebene
 - Anzahl Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigte:
 - 6 Männer in Vollzeit, 7 Frauen in Vollzeit, 1 Mann in Teilzeit, 4 Frauen in Teilzeit.
 - Nationalitäten:
 - je ein Mann und eine Frau mit Migrationshintergrund, der Rest deutsche Mitarbeiter
 - Religionen:
 - 1 Muslima, sonst meist Mitarbeiter mit christlichen Konfessionen oder konfessionslos
- **Genutzte Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität**
 - 3 Stunden pro Jahr Unfallverhütungsunterweisung
 - 5 Mitarbeiter nutzen das Fitnessstudio Angebot (Stunden der Nutzung sind uns nicht bekannt)
- **Gesellschaftliche Diversität des Umfelds**
 - Das Umfeld in Schwaben ist immer noch geprägt von einer eher traditionellen Rollenverteilung: wenige Frauen in Führungspositionen, mehr Teilzeit als Vollzeit bei Frauen, in Augsburg allerdings steigender Anteil an Menschen mit Migrationshintergrund (aktuell mehr als 45 %).
- **Anzahl von Väter-/Mütter-Karenz in Monaten**
 - einen Vater hat ein Jahr Elternzeit genommen (zwölf Monate), arbeitet jetzt nur noch in Teilzeit
 - zwei Mütter nach Elternzeit mit begrenzter Stundenzahl und flexiblen Arbeitszeiten wieder eingestiegen.
 - Zwei Mütter derzeit bis auf weiteres in Elternzeit (zwölf Monate und sechs und 30 Monate).
- **Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/Fluktuationen**
 - 1 Frau 40+ eingestellt

C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

- **Aufmerksam machen auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen** Wir pflegen eine sehr offene Kommunikationskultur. Jeder Kollege fühlt sich frei, die Geschäftsleitung jederzeit auf mögliche Missstände anzusprechen und bringt sich meist auch gleich mit Vorschlägen zur Abhilfe ein. Allerdings geht es hier nicht um „menschenunwürdige“ Arbeitsbedingungen.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

- **Abgeltung erbrachter Leistung in der Organisation**

Die Vergütung der Mitarbeiter orientiert sich am Tarifvertrag der Wohnungswirtschaft. Aktuell liegen wir leicht unter den dort genannten Konditionen, was darauf zurückzuführen ist, dass wir fremdes Immobilieneigentum verwalten und nicht einen umfangreichen Eigenbestand, wie dies zum Beispiel Wohnungsbaugesellschaft tun.

Aufgrund der Konkurrenzsituation lassen sich nicht beliebig hohe Verwaltervergütungen für das Unternehmen durchsetzen. Daher ist die Möglichkeit eingeschränkt, höhere Gehälter zu bezahlen. Derzeit haben wir auch eine niedrige Produktivität, das heißt für die Anzahl der zu verwaltenden Wohnungen haben wir eigentlich zu viel Personal. Dies liegt an unserer grundsätzlichen Ausrichtung auf Wachstum, das heißt es muss Personalkapazität vorgehalten werden, um neue Verwaltungsaufträge bewältigen zu können. Darüber hinaus sorgt eine niedrige Arbeitsbelastung des Personals für eine nicht allzu hohe Stressbelastung.

- **An regionale Lebenshaltungskosten angepasster "lebenswürdiger Verdienst"**
In den Mitarbeitergesprächen wird auch das Thema Vergütung angesprochen. Die Mitarbeiter sind frei, über mögliche Gehaltserhöhungen zu verhandeln. In der Regel wurden in den letzten zwei Jahren unaufgefordert vom Unternehmen ansehnliche Gehaltserhöhungen durchgeführt.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

- **Erfassung der Arbeitszeiten in der Organisation Verteilung der Arbeitslasten**
Bei uns herrscht für die angestellten Mitarbeiter Vertrauensarbeitszeit. Jeder ist selbst verantwortlich dafür, sich die vertraglich vereinbarte Arbeitszeit einzuteilen. Die Objektbetreuer teams sorgen dafür, dass die Telefonzeiten für die Kunden immer besetzt sind und gleichen ansonsten ihre zusätzlichen Arbeitsstunden, die in der ersten Jahreshälfte oft abends für die Eigentümerversammlungen investiert werden müssen, in der zweiten Jahreshälfte durch einen entspannteren Arbeitsrhythmus oder einen wöchentlichen freien Nachmittag selbst aus.
Beim gemeinsamen Workshop nach dem Ergebnis des letzten Webwettbewerbs von Great-Place-to-Work 2018, an dem wir teilgenommen haben, kamen einige konkrete Vorschläge für die Verbesserung der Work-Life-Balance heraus, die wir inzwischen umgesetzt haben:
 - ein weiterer Nachmittag wurde für die konzentrierte Arbeit der Objektbetreuer teams vom Telefondienst entlastet, das heißt der Anrufbeantworter läuft und die Kollegen können konzentriert größere Arbeitspakete bewältigen. Für unsere Kunden bedeutet es zwar weniger Verfügbarkeit, aber die Effektivität während der restlichen Arbeitszeit und vor allem die gefühlte Entlastung und Zufriedenheit der Mitarbeiter ist merklich gestiegen. Das wiederum wirkt sich auch auf das frohe und freundliche Klima aus, mit dem wir die Anfragen und Problemstellungen der Kunden aufnehmen können.
- **Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?**
Unser Personalschlüssel ist eigentlich auf den Auftragsbestand (und erwartete Zuwächse) an Verwaltungsobjekten angepasst, ist aber auf das Jahr ungleich verteilt: das erste Halbjahr fallen durch die vielen Eigentümerversammlungen viele Überstunden an, die dann aber in der zweiten Jahreshälfte durch eigene Gestaltung gut wieder ausgeglichen werden können. Kurzfristige Personalengpässe gleichen die Mitarbeiter freiwillig selbst aus, um sich gegenseitig Freiräume zu schaffen. Kommen neue Wohneinheiten dazu, werden aber auch sofort die Personalkapazitäten überprüft und gegebenenfalls angepasst.
- **Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden)**
40 Stunden
- **Tatsächlich geleistete Überstunden**
Werden nicht erhoben wegen Vertrauensarbeitszeit.

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

- **Arbeitsmodelle**
Vertrauensarbeitszeit mit der Möglichkeit, auch zum Teil in Homeoffice zu arbeiten.
- **Work-Life-Balance**
Siehe oben zur Vertrauensarbeitszeit und Ausgleich von Mehrstunden im ersten Halbjahr.
Angebot von vergünstigter Nutzung von hochwertigen Fitnessstudios.
Eigene Küche steht den Mitarbeitern zur Verfügung, um selbst zu kochen.
- **Arbeitsmodelle**
Vollzeit, Teilzeit (16h, 20h, 27h,30h), teilweise Homeoffice, Vertrauensarbeitszeit bei den Profis, feste Arbeitszeiten bei den Azubis.
- **Anzahl der Führungskräfte/Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z. B. Teilzeit, Jobsharing)**
4

Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

- **"Lebenswürdiger Verdienst"**
Ja, das ist bei uns gut möglich.
- **Rolle der "investierten" Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten**
Es zählt die Qualität, nicht so sehr die Menge der Zeit. Verfügbarkeit auch jenseits der regulären Bürozeiten für Eigentümerversammlungen ist allerdings bei uns unerlässlich.
- **Verdienst ist für Hilfskräfte und in Ausbildung befindliche Mitarbeitende**
Auszubildende erhalten bei uns die tariflich festgelegte Ausbildungsvergütung. Bei einer Gewinnbeteiligung werden sie auch berücksichtigt. Die Schülerpraktikanten der FOS erhalten keine Vergütung, zum Ende der Praktikumszeit aber eine kleine Anerkennung in Form von Kino oder Büchergutscheinen. Hilfskräfte werden bei uns nicht beschäftigt.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

- **Ökologisch-regionale Herkunft der Lebensmittel am Arbeitsplatz**
Für die Versorgung mit Lebensmitteln am Arbeitsplatz sind derzeit weitestgehend die Mitarbeiter selbst verantwortlich. Die Mitarbeiter bringen ihre Lebensmittel nach eigener Wahl selbst mit oder nutzen die Einkaufsmöglichkeiten in der Umgebung. Das Brotzeit-Fahrzeug, das um 11:00 Uhr die Firma anfährt, wird kaum zum Einkauf genutzt.
Das Unternehmen stellt allen Mitarbeitern Getränke kostenlos zur Verfügung. Kaffeelieferant ist die Firma AGATA aus Mannheim, die den Rohkaffee ausschließlich von persönlich bekannten, ökologisch arbeitenden Kaffeebauern zu fairen Preisen einkauft und selbst röstet.
An Kaltgetränken steht den Mitarbeitern Wasser, Apfelschorle, verschiedene Fruchtsäfte, Cola, Red Bull und anderes zur Verfügung. Die meisten Kaltgetränke werden von der Brauerei Rapp aus der Augsburger Umgebung angeliefert. Deren Flaschen sind einzigartig und daher trotz mehrfach Verwendung pfandfrei.
Wöchentlich wird eine Obstschale gefüllt, aus der sich alle Mitarbeiter kostenlos bedienen können. Darüber hinaus stehen Süßigkeiten in einer allgemein zugänglichen Schublade zur Verfügung. Weder bei Obst noch bei Süßigkeiten wird derzeit auf eine besonders nachhaltige Variante geachtet.
- **Küche/Kochmöglichkeit oder Belieferung**
Wir unterhalten keine eigene Kantine. In unserer Küche stehen allen Mitarbeitern ein

Herd, ein Backofen und eine Mikrowelle zur Verfügung. Zur Bevorratung sind zwei Kühlschränke vorhanden.

Einige Mitarbeiter bestellen sich diverse Speisen von örtlichen Lieferdiensten. Dies erfolgt in aller Regel in Abstimmung untereinander, sodass nicht täglich verschiedene Lieferdienste das Unternehmen anfahren müssen.

- **Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft**

Sicher aus ökologischer Herkunft stammt nur unser Kaffee. Wir schätzen den Anteil an den gesamten getrunkenen oder verzehrten Lebensmitteln am Arbeitsplatz auf etwa 10 %.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

- **Genutzte Verkehrsmittel**

Die meisten Mitarbeiter kommen mit dem privaten Auto zur Arbeit. Hierfür stellen wir Parkplätze zur Verfügung. Rund ein Drittel der Entfernungskilometer zwischen Wohnort und Arbeitsstelle wird mittels ÖPNV überwunden.

Aufgrund vieler Ortstermine sind einige Mitarbeiter auch auf das eigene Fahrzeug angewiesen und nutzen es daher auch für die Anfahrt zur Arbeit.

- **Möglichkeiten für umweltschonenderen Arbeitsweg**

Wenige Mitarbeiter könnten sich fragen, ob sie an bestimmten Tagen keine Außentermine wahrnehmen, und an diesen Tagen mittels ÖPNV anfahren.

- **Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten**

Derzeit werden vom Unternehmen keine Anreize geschaffen, um Mitarbeiter zum Umstieg auf ÖPNV zu veranlassen.

Bei Dienstreisen werden die Reisekosten selbstverständlich übernommen und auf die Möglichkeit von Bahnfahrten hingewiesen.

- **Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß**
ÖPNV: 33,06%

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

- **Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte**

Ökologische Aspekte sind innerhalb des Unternehmens im Gespräch. Eine Umsetzung im Alltag hat nur vereinzelt begonnen. Zum Beispiel wird intensiv darüber nachgedacht, wie die Papierflut bei Einladungen zu Eigentümerversammlungen deutlich reduziert werden kann. Dies erfolgt durch Nutzung eines Internetportals für Eigentümer, dass derzeit aber erst von rund 10 % unserer Kunden genutzt wird. Die vorliegende Bilanzierung soll einen wichtigen Beitrag leisten, Geschäftsleitung und Mitarbeiter für dieses Thema weiter zu sensibilisieren, und so ökologische Überlegungen in die Unternehmenskultur zu implementieren.

- **Ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung**

Objektbetreuer nehmen Weiterbildungen für energetische Sanierungsmaßnahmen an Gebäuden und deren Finanzierung über Fördermittel wahr. Damit bilden wir eine Kompetenz in diesem Bereich heraus, um sie unseren Kunden anzubieten. Durch die Kombination mit geeigneten Fördermitteln sinkt auch bei den Kunden die Schwelle zur tatsächlichen Umsetzung angedachter Maßnahmen.

Bei der Rekrutierung von Personal spielen ökologische Themen derzeit keine Rolle.

Wir können derzeit keine Rücksicht darauf nehmen, ob ein geeigneter Kandidat zum Beispiel mit dem Auto anreist oder mit dem ÖPNV.

- **Sensibilisierungsmaßnahmen**

Immer häufiger wird das Thema Ökologie bei Teambesprechungen oder im informellen Austausch zum Beispiel beim gemeinsamen Mittagessen angesprochen. Insbesondere die großen Mengen Abfall nach Bestellungen bei Lieferdiensten sind den Mitarbeitern aufgefallen. Es wurde bereits angeregt, dass jede Woche an einem bestimmten Tag ein oder zwei Mitarbeiter für das gesamte Team kochen.

Im Mai 2020 findet eine Aktion mit Künstlern und Kindern unterschiedlichster Herkunft in den Räumen des Unternehmens statt. Es werden 17 Holzsäulen nach den 17 Nachhaltigkeitszielen der UNO gestaltet und dann öffentlichkeitswirksam im Park neben dem Unternehmensgebäude aufgestellt. Mit dieser Aktion wollen wir nicht nur die Künstler und die teilnehmenden Kinder, sondern auch die Öffentlichkeit und nicht zuletzt unsere Mitarbeiter auf das Thema aufmerksam machen.

- **Ökologische Verhalten der Mitarbeitenden**

Gerade die Beteiligung an der vorliegenden Bilanzierung soll als Aufhänger genutzt werden, um das ökologische Verhalten des Unternehmens und der Mitarbeiter in den Fokus zu rücken.

- **Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten in %: 30%**
- **Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden in %: 80%**

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

- Recyclingpapier ist nicht verboten, wird aber bisher nicht genutzt, da unser Logo aufgedruckt wird und auf nicht weißem Papier nicht gut aussieht.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

- **Zugängliche Daten für die Mitarbeitenden**

Alle innerbetrieblichen Daten stehen den Mitarbeitern zur Verfügung, außer Gehaltsdaten. Zum Beispiel wird im Rahmen eines Planungstages mindestens einmal jährlich die wirtschaftliche Situation des Unternehmens ausführlich erläutert mit Betrachtung der langjährigen Entwicklung. Nachdem die Mitarbeiter eine Gewinnbeteiligung erhalten, wird auch die Berechnung dieser Beteiligung ausführlich und transparent erläutert.

Mit täglicher Aktualisierung werden die Kennzahlen zur Zielerreichung veröffentlicht. Dies betrifft sowohl die Unternehmens- als auch die Mitarbeiterziele. Zum Beispiel werden die Jahresabrechnungen und Eigentümersammlungen täglich im Blick gehalten.

- **Zugriff von Mitarbeitende auf die Daten**

Die oben genannten Daten können die Mitarbeiter leicht einsehen und gegebenenfalls auch Rückfragen stellen. Physische Hürden gibt es keine. Die bloße Veröffentlichung einer Steuerberater-BWA würde eventuell auf intellektuelle Hürden stoßen.

- **Nicht verfügbare Daten**
Bisher verzichten wir auf die Veröffentlichung von Gehaltsdaten. Wir mussten häufig in anderem Zusammenhang die Erfahrung machen, dass Mitarbeitern der Unterschied zwischen Gerechtigkeit und Gleichheit nicht geläufig ist.
- **Leicht verständliche Vermittlung von finanziellen Daten**
Gerade die betriebswirtschaftlichen Zahlen werden im Rahmen eines Planungstages ausführlich erläutert.
- **Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten**
90 %

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

- **Auswahl von Führungskräften**
Wir haben unserem Unternehmen eine flache Hierarchiestruktur. Zum Beispiel stehen Objektbetreuer nicht wirklich über Objektbetreuerassistenten. Führungskräfte in diesem Sinne sind lediglich die beiden Inhaber und Geschäftsführer. Diese sind weder eingesetzt noch gewählt. Jedoch werden auch hier im zweijährigen Rhythmus Führungskräftebeurteilungen vorgenommen. Darüber hinaus ist die Teilnahme an dem Wettbewerb „Great-Place-to-Work“ auch eine Gelegenheit, die Führungskultur zu bewerten.
- **Mitwirkungsmöglichkeiten von Teammitgliedern**
Bei größeren Entscheidungen oder Krisen und auch Personaleinstellungen werden die Mitarbeiter gehört und in die Entscheidung eingebunden. Bei der Personaleinstellung erfolgt dies bei der Nachbesprechung eines Probearbeitstages des Kandidaten.
- **Maßnahmen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften**
Das Feedback der Mitarbeiter wird in der Geschäftsführung bzw. auf Planungstagen mit allen besprochen und Maßnahmen zur weiteren Verbesserung festgelegt.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

- **Mitwirkung bei Entscheidungen seitens der Mitarbeitenden**
Mitarbeiter entscheiden einmal jährlich über die Fortführung von Geschäftsbeziehungen mit Kunden (zum Beispiel Eigentümergemeinschaften). Ebenso haben die Mitarbeiter ein Mitspracherecht bei Einstellungen bzw. Übernahmen von Azubis in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis.
- **Partizipation der Mitarbeitenden**
Die Partizipation ist durchwegs positiv zu bewerten. Es wurden bislang keine willkürlichen oder berechnenden Äußerungen festgestellt. Die Partizipation wird von Mitarbeitern als wertschätzend wahrgenommen und trägt zur geringen Fluktuation bei.
- **Mehr Verantwortung und Entscheidungen durch Mitarbeitende**
Es werden den Mitarbeitern nicht nur Aufgaben delegiert, sondern auch die zugehörige Verantwortung übertragen. Mitarbeiter wachsen an diesen Aufgaben und werden immer selbstständiger im übertragenen Bereich. Der Versuch von Rückdelegation wird unterbunden in dem Mitarbeitern Fragen zur Problemlösung gestellt werden (Lösungsmöglichkeiten, bevorzugte Lösung).

- Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %).

Geschätzte Zahlen: 90 %/80 %/60 %

Diese Zahlen sind geschätzt, da keine Statistik darüber geführt wird. Eine kollegiale Führung des Unternehmens durch das gesamte Team ist Unternehmenskultur.

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

- Gewinnung von Kund*innen und Betreuung von Stammkund*innen

Zu über 80 % entsteht unser Neugeschäft auf Empfehlung von Stammkunden. In der Regel fragen bei uns Verwaltungsbeiräte von Wohnanlagen an und bitten um ein erstes Gespräch und in der Folge dann um ein Angebot. Nachdem unsere Kunden in der Regel nicht einzelne Personen, sondern Personengruppen (Eigentümergeinschaften) sind, trifft die Entscheidung zur Beauftragung eine Eigentümerversammlung per Beschluss.

Im Internet sind wir über unsere Homepage sichtbar, die genau drei Ziele erfüllen soll: 1. Stammkundenbetreuung, 2. Neukundengewinnung und 3.

Mitarbeitergewinnung. Dementsprechend ist die Homepage klar dahingehend gegliedert.

Zur Unterstützung der Auffindbarkeit unserer Homepage schalten wir Werbung bei Google. Die verwendeten Keywords sind Hausverwaltung, Immobilienverwaltung, Augsburg, Gersthofen, Friedberg, Königsbrunn, Stadtbergen, Neusäß, Dresden. Darüber hinaus werden erste Schritte auf sozialen Medien unternommen (Facebook, Instagram), um weitere potentielle Interessenten auf unsere Homepage zu lenken. Für kleinere Kunden (bis 25 Wohnungen) ist der Akquisitionsprozess weitgehend standardisiert. Für größere Kunden gibt es zwingend einen persönlichen Kontakt, bevor ein Angebot abgegeben wird.

Stammkunden werden möglichst optimal betreut, d.h. alle Prozesse der Leistungserbringung sind auf den Kundennutzen ausgerichtet. Zum Beispiel stellt unsere jährliche Durchlaufliste sicher, dass alle notwendigen Schritte hin zu einer pünktlichen Erstellung der Jahresabrechnung und Durchführung der Eigentümerversammlung kontrolliert und zeitnah erfolgen. Wir begegnen unseren Kunden auf Augenhöhe und verstehen uns als Partner für die Bewirtschaftung ihrer Immobilien. Wir ziehen mit unseren Kunden am gleichen Strang und zwar auf der gleichen Seite. Ein „gegeneinander“ gibt es nicht.

Gegenüber Mitbewerbern haben wir längere Telefonzeiten, in denen wir im Büro erreichbar sind. Darüber hinaus stellen wir für unsere Kunden eine 24/7-Notrufnummer zur Verfügung. Diese Nummer ist für unsere Kunden an jeder Infotafel in den Hauseingängen, auf der Homepage sowie auf unserem Anrufbeantworter bereitgestellt.

Wir gehen davon aus, dass es gerade dieses Verhalten in der Leistungserbringung ist, das zu solch hohen Empfehlungsquoten führt. Eine ausdrückliche Förderung von Mund-zu-Mund-Propaganda erfolgt nicht, da dies unsere Kunden offenbar von selbst tun.

- **Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben**
Würden wir keinen entscheidenden Kundennutzen bieten, wäre die Geschäftsentwicklung sehr schnell rückläufig. Da es keine Zugangsbeschränkungen für die Tätigkeit als Hausverwaltung gibt, gibt es jederzeit eine hohe Zahl an Mitbewerbern. Schwerpunkt unserer Arbeit ist daher die Leistungserbringung und nicht die Akquisition. Dies ist auch an der Anzahl der Mitarbeiter ablesbar die überhaupt einen Teil ihrer Arbeitszeit mit Akquisitionsaufgaben betraut sind. Dies ist in erster Linie der Geschäftsführer mit etwa 10 % seiner Arbeitszeit und die Sekretärin in einer ähnlichen Größenordnung. Die in Teilzeit angestellte Mitarbeiterin für Marketing arbeitet 16 Stunden pro Woche und betreut die Marketing- und Werbeaktivitäten, ist aber in die eigentliche Akquisition nicht eingebunden.
- **Ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess**
Auch der Akquisitionsprozess beruht auf den ethischen Grundlagen unserer Unternehmenskultur. Irgendwelche Zahlungen an Entscheider (Verwaltungsbeiräte) erfolgen keinesfalls. Derartige Anfragen führen unmittelbar zum Abbruch des Akquisitionsprozesses.
- **Eingehen auf Kund*innenwünsche und Reklamationen**
Die uns entgegengebrachten Wünsche sind in der Regel Wünsche einzelner Wohnungseigentümer, die wir daraufhin überprüfen müssen, ob sie im Einklang mit der objektiven Erwartung der jeweiligen Eigentümergemeinschaft stehen. Wenn dies der Fall ist, finden wir für den Kunden schnelle und pragmatische Lösungen. Ist dies nicht der Fall, wird die Anfrage vorbereitet (zum Beispiel durch Einholung von Angeboten) und der Eigentümerversammlung zur Entscheidung vorgelegt. Keinesfalls werden einzelne Kunden in einem Maße bevorzugt, dass andere Kunden über ein vertretbares Maß hinaus belastet werden.
- **Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung:**
Ausgaben in 2018: ca. 26.300 €

D1.2 Barrierefreiheit

- **Hürden bei Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?**
Für die Nutzung unserer Dienstleistung sind keine physischen, visuellen, technische, sprachlich- kulturelle oder finanzielle Hürden erkennbar. Für den Fall, dass Kunden unsere Jahresabrechnung oder komplexe Beschlüsse der Eigentümerversammlung nicht verstehen (intellektuelle Hürde), ist sichergestellt, dass auf Anfrage ausreichend Erläuterungen persönlich gegeben werden.
- **Benachteiligten Kund*innen-Gruppen als Zielgruppe**
Unter anderem betreuen wir eine Wohnanlage, in der eine Gruppe von Senioren ein eigenes Modell für Wohnen im Alter betreibt.
- **Zugang benachteiligter Kund*innen zu Produkten/Dienstleistungen**
Kunden, die zum Beispiel über wenig technisches Verständnis verfügen, werden die notwendigen Informationen nach wie vor schriftlich per Post zur Verfügung gestellt. Dies ist auch nicht mit Mehrkosten verbunden.

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird.

Streng genommen sind unsere Kunden Eigentümergemeinschaften, über die man keine Aussage über Benachteiligung treffen kann. Aufgrund der oben genannten Empfehlungen,

finden immer mehr Eigentümergemeinschaften zu uns, die intern zerstritten sind. Inzwischen haben wir uns auch hierfür mit unseren Moderations- und Mediationsfähigkeiten einen Namen gemacht.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmern

- **Bestehende Kooperationen und Ziele**

Wir sind Gründungsmitglied des Verbunds zertifizierter Immobilienverwalter (VZI). Ziel des Verbundes ist der Austausch unter professionellen Immobilienverwaltern und die Schaffung eines einheitlichen Datenstandards der nicht nur die Arbeit des Verwalters erleichtern soll, sondern letztlich auch dem Endkunden durch einfache Portierungsmöglichkeiten von einem Verwalter zum anderen nutzt.

Bei den Treffen (Sprinter Club) stellen wir unser Wissen und unsere Erfahrung vorbehaltlos den Kollegen zur Verfügung. Dieses Verhalten hat dazu geführt, dass auch die Kollegen ihre Best-Practices zur Verfügung stellen.

Ähnliches haben wir bereits bei der Zertifizierung nach ISO 9001, die wir als Gruppen Zertifizierung durchgeführt haben, erlebt. Es ist eine Grundhaltung des Unternehmens in einem positiven Austausch mit Mitbewerbern zu stehen. Ein weiteres Beispiel hierfür ist die Expertenrunde bei den örtlichen Stadtwerken.

- **Zukünftig angestrebte Kooperationen**

Aus der Gruppe des VZI heraus streben wir die Kooperation mit einer Softwarefirma für Hausverwaltung Software an, um zusammen einen einheitlichen Datenstandard für Hausverwaltungen zu schaffen (Vorbild: DATEV für Steuerberater).

- **Teilen von Wissen und Informationen mit Mitunternehmern**

Wir pflegen größtmögliche Transparenz und geben wie oben erwähnt unser Wissen und unsere Erfahrung auch an Mitbewerber weiter. Dies geht hin bis zur Preiskalkulation, führt aber keinesfalls zu Preisabsprachen.

- **Erhöhung der Branchenstandards**

Wir leben einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess und sind daher eine der innovativsten Hausverwaltungen Deutschlands. Dies belegen mehrere Auszeichnungen (Immobilienverwalter des Jahres, Innovationspreis der Lechwerke AG). Dabei sind es in erster Linie kleine und kleinste Verbesserungen, die aus dem Kreis Mitarbeiter und Kunden entstehen und im Unternehmen umgesetzt werden. Darüber hinaus sind es große, strategische Verbesserungswünsche, die uns antreiben.

- **Kooperationen mit:**

- **Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)**
0,5%
- **Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen**
2%
- **Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe**
0%

- **Engagement in:**

- Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards
WiG, GWÖ, VZI, VdIV-Bayern
- Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying)
VZI, VdIV-Bayern
- Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards
VZI, VdIV-Bayern

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

- Solidarität gegenüber anderen Unternehmen und uneigennützig Hilfe
Der Geschäftsführer ist als Referent für den VdIV-Bayern und –Deutschland tätig. In etwa zehn Seminartagen gibt er Wissen und Erfahrung an andere Immobilienverwalter weiter.
Auch das oben genannte Verhalten in Expertenrunden regionaler Verwalter ist eine Art der solidarischen und uneigennützig Unterstützung unmittelbarer Marktbegleiter. Interessanterweise führt dies nicht zu einem Wettbewerbsnachteil, im Gegenteil, die wichtigen Marktbegleiter verhalten sich äußerst kollegial.

Arbeitskräfte bzw. Mitarbeiter*innenstunden

- an Unternehmen der gleichen Branche, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen

24

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen

- Bekanntheit der ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Unternehmen
Durch die Nutzung unserer Dienstleistung verbrauchen wir Büroraum samt Ausstattung, Strom und Fernwärme für den Betrieb unseres Büros, Fahrzeuge und Betriebsstoffe für die Fahrt zu den verwalteten Objekten und Papier für die Erstellung von Jahresabrechnungen, Wirtschaftsplänen und sonstiger Korrespondenz mit Kunden. Unsere Kunden (insbesondere Verwaltungsbeiräte) fahren zu Terminen an die verwaltete Wohnanlage oder zu uns ins Büro. Eine Quantifizierung dieser Auswirkungen hat bislang nicht stattgefunden.
- Ökologische Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen
Die ökologischen Auswirkungen unserer Dienstleistung sind als gering zu betrachten. Wir arbeiten bereits heute ökologisch besser als die meisten anderen Hausverwaltungen.
- Reduktion der ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen
Wir bemühen uns seit zwei Jahren um die Reduzierung des Postversandes. Dies

erfolgt über eine Portallösung für unsere Kunden. Damit wird der Versand von Einladungen zu Eigentümersammlungen samt umfangreicher Anlagen (Jahresabrechnung, Wirtschaftsplan, Angebote usw.) reduziert. Aktuell nutzen 1364 von ca. 4500 Kunden das Angebot der Portal Lösung, allerdings haben sich nur 719 mit „online“ als präferierte Korrespondenzweg angemeldet, dies sind ca. 16 %. Um diese Quote zu erhöhen werden unsere Kunden bei jeder Gelegenheit (Mail Signatur, Einladungen zur Eigentümersammlung, Protokoll Versand usw.) auf die Anmeldeöglichkeit aufmerksam gemacht und auf die Vorteile hingewiesen. Dabei werden ökologische Aspekte in den Vordergrund gerückt.

Die Fahrten zu den Objekten werden auf das notwendige Maß reduziert. Bei Teilnahme von mehreren Mitarbeitern werden Fahrgemeinschaften gebildet.

- **Berücksichtigung der Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell**

Mittelfristig (3-5 Jahre) ist vorgesehen, dass Kunden, die nicht an der Portallösung teilnehmen, den papierhaften Versand von notwendigen Unterlagen durch einen Preisaufschlag separat bezahlen. Eine solche Regelung würde dann in den jeweiligen Verwalterverträgen verankert werden.

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

- **Verankerung von Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell**
Ein sparsamer Umgang mit Ressourcen ist nicht schriftlich verankert, wird jedoch gelebt. Aufgrund der engen Preiskalkulation und der scharfen Konkurrenzsituation ist es für eine Hausverwaltung überlebenswichtig, mit vorhandenen Ressourcen sparsam umzugehen. Dies hat dann sowohl ökonomische als auch ökologische Auswirkungen.

- **Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen im Unternehmen**

Nach der Einführung der Portal Lösung für unsere Kunden nahm die Diskussion über die Sinnhaftigkeit dieses Schrittes im Hinblick auf ökonomische und ökologische Auswirkungen deutlich zu. Aufgrund der Hinweise von Mitarbeitern wurden aktuell weniger Drucker gemietet als bisher. Mitarbeiter vermeiden aktiv den unnötigen Verbrauch von Ressourcen, indem zum Beispiel notwendige Fahrten zu Wohnanlagen so zusammengelegt werden, dass unnötige Einzelfahrten vermieden werden.

- **Förderung von maßvollem Konsum bzw. einer suffizienten Nutzung der Produkte und Dienstleistungen**

Aktuell fragen bei uns zwei Mitarbeiter nach einem Firmenwagen an und sind auch bereit von Ihrem Bruttogehalt Abstriche zu machen. Die Höhe dieser Gehaltsverzichte bemisst sich in erster Linie nach den Kosten, die das jeweilige Fahrzeug dem Unternehmen verursacht. Genau dieser Betrag wird dem Mitarbeiter vom Bruttogehalt abgezogen. Geplant ist schon bei diesen ersten beiden Fahrzeugen eine Ökokomponente einzuführen. Wählt sich der Mitarbeiter ein umweltfreundliches Auto (unter 90 g/km CO₂ Belastung), so wird der Bruttoabzug um 100 € reduziert. Bis zu 130 g/Kilometer CO₂ Belastung wird der Bruttoabzug um 50 € reduziert, darüber hinaus erfolgt der volle Abzug. Wir wollen so auf die Mitarbeiter einwirken, sich möglichst umweltfreundliche Fahrzeuge zu beschaffen.

Die Umstellung der Verwalterverträge auf eine bevorzugte Nutzung der Portallösung durch unsere Kunden zielt ebenfalls in diese Richtung.

- **Produkte und Dienstleistungen, die auf eine maßvolle Nutzung abzielen**
Die Unterstützung unserer Kunden bei energetischen Sanierungen ihrer jeweiligen Wohnanlagen zielt auf die deutliche Reduzierung von Heizenergie und dementsprechend auch CO₂ ab. Hierbei werden auch Details (zum Beispiel Dämmmaterial) unter weitergehenden ökologischen Gesichtspunkten diskutiert.
- **Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen zur Förderung von maßvoller Nutzung**
In der breiten Unternehmenskommunikation spielt das Thema noch keine maßgebliche Rolle, da es erst bei kostspieligen Maßnahmen (zum Beispiel Sanierungen) für unsere Kunden wichtig wird. Es besteht derzeit wenig Sensibilität im Hinblick auf die „kleinen Dinge“ wie zum Beispiel Papierverbrauch.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

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

- **Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte für Kund*innen**
Die Durchführung unserer Dienstleistung beinhaltet die Moderation von Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechten (Eigentümerversammlung). Hierbei wird allerdings über die Angelegenheiten der jeweiligen Eigentümergemeinschaft und nicht die des Unternehmens diskutiert und entschieden.
Für unsere Kunden bestehen Mitsprachemöglichkeiten, was die Ausrichtung des Unternehmens anbelangt. Vereinzelt wird dies von Kunden genutzt, zum Beispiel bei unserem jährlichen Beiratsseminar WissensVorsprung. Mitentscheidungsrechte haben Kunden derzeit nicht.
Die Dienstleistung „Begleitung von Sanierungsmaßnahmen“ entstand aus der entsprechenden Nachfrage von Kunden. Aufgrund dieser Nachfrage hat sich das Unternehmen das Wissen um Sanierungsmaßnahmen selbst, aber auch um juristische und finanzielle Abwicklungsfragen angeeignet.
- **Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen**
Die Teilnahme des Unternehmens an „Great Place to Work“ geht auf die Anregung eines Kunden zurück, der unseren positiven Umgang mit Mitarbeitern bemerkt hat. Dies hat das Unternehmen als Arbeitgebermarke deutlich nach vorn gebracht und sozusagen im Personalbereich für höhere Nachhaltigkeit gesorgt.
- **Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind**
Der Umsatz aus der Dienstleistung Innovation „Begleitung von Sanierungsmaßnahmen“ beträgt unter ein Prozent des Gesamtumsatzes.
- **Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind.**

D4.2 Produkttransparenz

- **Transparenz von Produktinformationen?**
Unsere Dienstleistungsinformationen sind vollumfänglich in unseren Verwalterverträgen dargestellt. Diesen erhalten Interessenten gleichzeitig mit unserem konkreten Preisangebot. Bei der Abfassung der Verwalterverträge wurde auf leichte Verständlichkeit, höchstmögliche Transparenz und Fairness geachtet.
- **Ausweis von ökologisch relevanten Informationen**
Es erfolgt kein Ausweis zu ökologisch relevanten Informationen.
- **Ausweis von Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette**
Wir bieten für die Verwaltung von Wohnungen einen intern kalkulierten Preis an. In Einzelgesprächen mit Kunden wird ab und zu die Preisfindung erläutert (zum Beispiel bei Kleinwohnanlagen).
- **Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind**
In unseren Preisen ist alles rund um unsere Dienstleistungen enthalten, teilweise als monatliche Pauschale, teilweise als Sonderleistungsangebot, dass der Kunde nur im Bedarfsfall erhält und bezahlt.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

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

- **Erfüllung der neun Grundbedürfnisse durch Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens**
Unsere Dienstleistungen unterstützen unsere Kunden bei der Erfüllung folgender Grundbedürfnisse (laut M. Max-Neef):
 1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden, da unsere Dienstleistungen sich rund um das Thema Wohnen bewegen.
 2. Schutz/Sicherheit, da auch das zum Thema Wohnen gehört.
 4. Verstehen/Einfühlen, da wir durch eine gute Moderation und manchmal auch Mediation in der Eigentümerversammlungen ein Abwägen verschiedener Möglichkeiten fördern.
 5. Teilnehmen/Geborgenheit, da wir aktiv zur Teilnahme an Versammlungen auffordern und nur im Einzelfall auf Vollmachten ausweichen.
 7. Kreatives Schaffen, da z.B. bei energetischen Sanierungen die Kreativität der Eigentümer gefordert wird.
 8. Identität/Sinn, da das gemeinsame Handeln der Eigentümer der von uns verwalteten Wohnungen auch eine gemeinsame Identität stiftet.
 9. Freiheit/Autonomie, da die Eigentümer sich stets frei entscheiden können, welche Maßnahmen Sie an den eigenen Gebäuden durchführen und welche nicht.
- **In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?**
Wir fördern durch einen guten Umgangsstil den gegenseitigen Respekt zwischen allen beteiligten Parteien. Am vorgelebten Stil können Menschen wachsen.

- Lösung von gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) durch die Produkte und Dienstleistungen

Gesellschaftlich: Durch unsere Moderations- und Mediationsfähigkeiten mindern wir ein wenig die Problematik einer verbreiteten „Hau-drauf-Kultur“. Dabei werden Meinungsunterschiede nicht unter den Teppich gekehrt, sondern aktiv angesprochen und einem Konsens zugeführt.

Ein Teil des Gewinnes des Unternehmens wird jährlich gespendet. Wir unterstützen dabei z.B. die Augsburgener Tafel, die „Wirtschaft in Gemeinschaft“ (aktuell ein Projekt in Mexico für drogenabhängige Jugendliche), die „Youfarm Augsburg“ usw.

Selbstverständlich legen wir auch Wert auf eine menschenwürdige Arbeit

Ökologisch: Im Verwaltungsbestand befinden sich auch Sanierung bedürftige

Wohnanlagen der 1950er bis 70er Jahre. Bei sowieso anfallenden

Instandhaltungsarbeiten (zum Beispiel Fassadenanstrich) weisen wir die Eigentümer

auf die Möglichkeit von energetischen Sanierungen mit entsprechenden

Fördermitteln hin. In den letzten Jahren haben wir so ca. 15 Wohnanlagen

energetisch komplett saniert. Bei der konkreten Produktauswahl weisen wir auf

ökologische Alternativen hin, die jedoch aufgrund höherer Preise selten

angenommen werden.

Erfüllte Bedürfnisse:

- Grundbedürfnisse (100%)
- Statussymbole bzw. Luxus (0 %)
- Dient der Entwicklung ...
 - der Menschen (80 %)
 - der Erde/Biosphäre (20 %)
- Löst gesellschaftliche oder ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen (10 %)
- Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:
 - Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen (100 %)
 - Hemmender bzw. Pseudo-Nutzen (0 %)
 - Negativ-Nutzen (0 %)

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

- Stärkung der Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben

Durch unsere Art Eigentümerversammlungen durchzuführen erkennen Menschen den Vorteil von Austausch und Erlangung von Konsens. Dies führt zu einem bessern Miteinander der Gemeinschaften –insbesondere der selbstnutzenden Wohnungseigentümer.

Ferner erhalten alle Kunden unseren Brief zum Jahreswechsel, in dem wir auf das vergangene Jahr zurückblicken und auch auf das kommende schauen. Wir beschreiben darin, wie wir im Unternehmen leben und mit Herausforderungen umgehen.

- Interessensgruppen, die durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht werden

Wir laden Unternehmer ca. 4x jährlich zum „Boxenstopp“ (boxenstopp-augsburg.de) ein. Diese Gesprächsrunden werden eingeleitet von einem Impulsvortrag und schließen mit einem informellen Austausch bei einem kleinen Imbiss ab.

- Wirkung der Maßnahmen

Die Veranstaltungen regen zum Nachdenken über die eigene Position an. Inwieweit

einzelne Teilnehmer in Ihrer Einstellung ändern, lässt sich nur schwer ermitteln. Das positive Feedback auf die Veranstaltungen und die Anzahl der regelmäßigen Besucher gibt aber Hinweise auf hohe Akzeptanz.

- **Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr**
Boxenstopp 4x jährlich, Kundenbrief 1x pro Jahr
- **Anzahl der erreichten Menschen, z. B. Leser*innen, Besucher*innen**
Besucher: ca. 120, Leser ca. 3.500

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

- **Beitrag zur Sicherung des Gemeinwesens**
Es werden die üblichen Körperschaftssteuern und Gewerbesteuern bezahlt. Die Umsatzsteuer wird nach Abzug der Vorsteuerbeträge entrichtet. Von der Lohnsumme abhängige Abgaben (U1, U2 und BG-Beiträge) werden pünktlich und vollständig entrichtet.
- **Unterstützungen vom Gemeinwesen**
Wir haben vereinzelt Förderungen für die Schaffung von Ausbildungsplätzen und die Unternehmensberatung (BAFA) erhalten
- **Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben**
Die Lohnsteuern und Sozialversicherungsbeiträge werden vollständig und pünktlich geleistet.

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

- **Freiwilliges gesellschaftliches Engagement des Unternehmens**

Spenden	10.000 € in 2018
Boxenstopp	2.400 € geldwerter Umfang in 2018
- **Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen**
Kein messbarer Eigennutzen.
- **Veränderungen durch die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens**
Spenden an die Augsburger Tafel lindern Symptome und sorgen nicht für eine nachhaltige Veränderung.
Spenden an die Wirtschaft in Gemeinschaft schätzen wir 50/50 ein.
(Beispiel: Spende an ein Projekt in Tansania, um körperlich behinderten Kindern zu helfen (Physiotherapie, Hilfsmittel) sorgt dort auch für eine Änderung der Kultur. Behinderte Kinder werden nicht mehr versteckt, sondern in die Gemeinschaft aufgenommen.)
Die Themen der Boxenstopps bewirken in manchem Zuhörer eine Änderung der Einstellung. Dies ist aber sehr schwer zu beziffern.
- **Wie gut sind diese Themen verankert? Wie stabil ist das Engagement?**
Die Boxenstopps werden regelmäßig durchgeführt. Die Rückmeldungen der Besucher sind durchwegs positiv. Die Teilnehmerzahlen könnten besser sein. Das Engagement ist stabil.

- **Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement**
Das Engagement wird ausgeweitet. Der „Augsburger Pfad der Zukunft“ soll die 17 Nachhaltigkeitsziele der UN in Form von 17 Stelen anschaulich machen, die von Künstlern und Kindern gestaltet werden. Die Stelen werden im öffentlichen Park westlich unseres Firmenstandortes aufgestellt.
Die Einladungen zu den Boxenstopps sollen breiter gestreut werden.

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen (in Prozent des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit).

12.400 € in 2018

Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention

- **Korruptionsrisiken im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen**
Bei der Vergabe von Aufträgen für Eigentümergemeinschaften besteht in geringem Maße die Möglichkeit, dass ein Objektbetreuer Einfluss auf die Vergabe nimmt. Bei großen Erhaltungsaufwendungen müssen mindestens drei Angebote eingeholt werden und die Eigentümergemeinschaft beschließt über die Vergabe.
- **Maßnahmen, um Korruption effektiv zu verhindern**
Verkaufspreise werden über ein Excel-Tool standardisiert kalkuliert. Eine Abweichung (in der Regel nach unten!) ist nur mit Zustimmung der GL zulässig.
- **Kontakte zu Amts- und politischen Entscheidungsträgern**
Bei Bewerbungen um öffentliche Aufträge werden die Bewerbungswege eingehalten. Kontaktaufnahmen mit Entscheidungsträgern erfolgen –wenn überhaupt- lediglich im Rahmen der Auftragsklärung.
- **Lobbyingaktivitäten**
Das Unternehmen selbst betreibt keinerlei Lobbyingaktivitäten. Der Dachverband der Immobilienverwalter pflegt durchaus Kontakte zu Politikern und politischen Gremien, um z.B. auf mehr Klarheit im Wohnungseigentumsgesetz hinzuwirken.
- **Spenden an politische Parteien**
Es erfolgen keine Parteispenden.
- **Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden**
Es dürfen Werbegeschenke nur bis zu einem Wert von 10 € angenommen werden. Weihnachtsgeschenke von Firmen an uns werden unter den Mitarbeitern gerecht verteilt, so dass keine direkten Geschenke an bestimmte Mitarbeiter erfolgen können.
Mitarbeiter werden immer wieder bei Teambesprechungen für den Sachverhalt sensibilisiert. Meist anhand von Beispielen, bei denen wir die o.g. Grenze überschreitende Geschenke abgelehnt oder zurückgegeben haben.
- **Vorkehrungen gegen Korruption**
Bei größeren Investitionsentscheidungen für Eigentümergemeinschaften wird die Erstellung von Leistungsverzeichnissen und die Auswertung von Angeboten extern an Fachleute vergeben. Die Entscheidung zur Vergabe trifft die Eigentümergemeinschaft selbst.
- **Interessenskonflikte (persönliche Interessen vs. Firmeninteressen)**
Wir bieten über eine Schwesterfirma z.B. auch die Dienstleistung

Heizkostenabrechnung an. Die Vergabe könnte durch uns selbst erfolgen. In diesem Fall aber legen wir die Angebotsvergleiche der Eigentümergemeinschaft zur Beschlussfassung vor und beschreiben dabei transparent die Unternehmensverknüpfung.

- **Umgang mit Möglichkeit zur Korruption**
Jeder Mitarbeiter weiß, dass er sich in Verdachtsfällen an die Geschäftsleitung wenden kann, ohne selbst Nachteile befürchten zu müssen.
- **Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke**
Nein, bisher wurde keine Kontrolle als notwendig erachtet. Wir gehen zuversichtlich davon aus, dass die Spendenempfänger die empfangenen Gelder der beabsichtigten Verwendung zuführen.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

- **Umweltwirkungen der betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?**
 - **Klimawirksame Emissionen (CO₂, N₂O, CH₄, ...)**
Klimawirksame Emissionen entstehen durch unsere Dienstleistung insbesondere durch Fahrten der Mitarbeiter von und zur Arbeit und durch Fahrten zu den verwalteten Wohnanlagen oder zu Veranstaltungsorten von Eigentümerversammlungen. Die Mitarbeiter sind angehalten, Fahrten zu Wohnanlagen zu bündeln und unnötige Einzelfahrten zu vermeiden.
 - **Feinstaub und anorganische Emissionen**
Feinstaubemissionen erfolgen über die Fahrten hinaus in Form von Tonerstaub der verwendeten Kopierer und Drucker.
 - **Landverbrauch**
Aufgrund der Geschäftsausweitung ist ein größeres Büro erforderlich
 - **Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)**
Wir verbrauchen Wasser im Unternehmen in haushaltsüblichem Rahmen zum Kochen und für hygienische Zwecke (Putzen, Waschen, Toilettenspülung). Hierfür wird derzeit Trinkwasser verbraucht.
- **Papierverbrauch** ca. 2500 kg

Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditiert ist.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Beteiligung an der Erstellung und Aufwand der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen

Durch die Geschäftsleitung und eine Mitarbeiterin wurden insgesamt ca. 170 Stunden für die Erstellung aufgewendet. Bei der Erstellung haben wir noch keine weiteren Stakeholder eingebunden.

Kommunikation der Bilanz/ des Berichts intern

Der Bericht wird im Rahmen des Planungstages im Herbst 2020 allen Mitarbeitern ausführlich vorgestellt. In einzelnen Workshops wollen wir Verbesserungsideen und diesbezügliche Ziele gemeinsam festlegen.

Anlässlich unserer Veranstaltung „WissensVorsprung“, unserem Seminar für Verwaltungsbeiräte, stellen wir den Bericht auch auszugsweise einer Auswahl unserer Kunden vor.

Datum: 15.8.2020