

Gemeinwohl-Bilanz

Vinzenz Service GmbH

Berichtsjahr 2017

Vollbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0

Inhaltsverzeichnis

.....	1
Allgemeine Informationen zum Unternehmen	5
Kurzpräsentation des Unternehmens	5
Produkte / Dienstleistungen	8
Das Unternehmen und Gemeinwohl	8
Testat	9
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	10
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette	10
Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	12
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	13
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen	13
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette	14
Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	15
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	16
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	16
Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	17
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	18
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen	18
A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette	18
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	19
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung	19
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung	20
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen	21
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	22
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung	22
Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel	23
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	23
B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen	23
B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung	24
Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	24
B4 Eigentum und Mitentscheidung	25

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur	25
Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme	28
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	29
C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur	29
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz	32
C1.3 Diversität und Chancengleichheit	33
Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	34
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	34
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes	34
C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit	35
C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance	36
Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	37
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	38
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit	38
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz	38
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung	39
Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens	40
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	40
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz	40
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte	41
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden	42
Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates	42
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	43
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen	43
D1.2 Barrierefreiheit	44
Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen	44
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	45
D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen	45
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen	46
Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen	46
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	47
D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)	47
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)	48

Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen	48
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	49
D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung	49
D4.2 Produkttransparenz	50
Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen	50
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	51
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben	51
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	53
Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	53
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	54
E2.1 Steuern und Sozialabgaben	54
E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens	55
Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung	56
Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention	56
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	57
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie	57
E3.2 Relative Auswirkungen	59
Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	59
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	60
E4.1 Transparenz	60
Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung	61
Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation	61
Kurzfristige Ziele	62
Langfristige Ziele	62
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207)	63
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	66

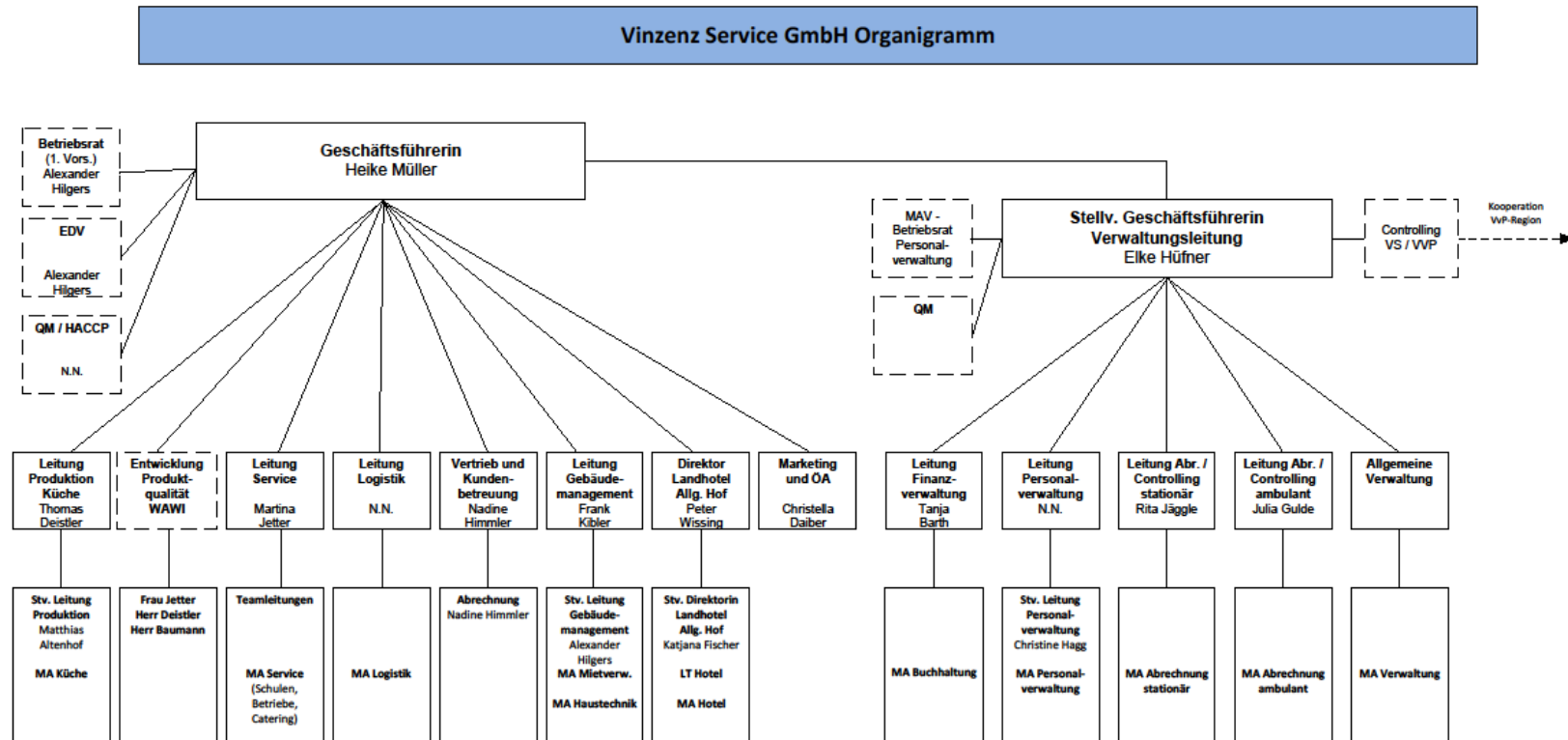
Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	Vinzenz Service GmbH
Rechtsform:	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Website:	www.vinzenz-service.de
Branche:	Gemeinschaftsverpflegung und Dienstleistung
Firmensitz:	Wachtelhau 1, 72488 Sigmaringen
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	174 (inkl. Landhotel Allgäuer Hof)
Vollzeitäquivalente:	133 (inkl. Landhotel Allgäuer Hof)
Saison- oder Zeitarbeitende:	22
Umsatz:	7.532.298 € (inkl. Landhotel Allgäuer Hof)
Jahresüberschuss:	85.105 € (inkl. Landhotel Allgäuer Hof)
Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen:	Die Vinzenz Service GmbH ist eine 100%-ige Tochtergesellschaft der Vinzenz von Paul gGmbH, welche wiederum eine gemeinnützige Gesellschaft der Barmherzigen Schwestern vom Hl. Vinzenz von Paul in Untermarchtal e.V. ist
Berichtszeitraum:	2017

Kurzpräsentation des Unternehmens

Die Vinzenz Service GmbH ist eine 100%-ige Tochtergesellschaft der Vinzenz von Paul gGmbH, welche wiederum eine gemeinnützige Gesellschaft der Barmherzigen Schwestern vom Hl. Vinzenz von Paul in Untermarchtal e.V. ist. Sie wurde 2004 mit dem Ziel gegründet, Verwaltungs-, Gebäudemanagements- und Cateringleistungen für die Pflegeeinrichtungen der Vinzenz von Paul gGmbH Soziale Dienste und Einrichtungen in der Region Sigmaringen bereitzustellen. Früh kamen im Cateringbereich Anfragen auch von externen Kunden dazu, so dass die Bereiche Kita-, Schul- und Betriebsverpflegung schnell wuchsen und die Belieferung Dritter mit Speisen heute einen deutlichen Umsatzanteil ausmacht. Ein weiteres großes Standbein ist das Landhotel Allgäuer Hof mit Haus Oberschwaben (Servicewohnen für Senioren), welches wir seit 2012 betreiben.

Abbildung 1: Vinzenz Service GmbH Organigramm



Als kirchlich orientiertes Cateringunternehmen sehen wir uns den Wurzeln unseres Trägers verpflichtet, denn ein christlich gelebtes Werteverständnis mit einem hohen Qualitätsanspruch an ein gesundes und schmackhaftes Essen liegt in der Tradition der klösterlichen Küchen.

Dies zeigt sich zum einen im hohen Anspruch, den wir an unsere Lieferanten, die verwendeten Rohstoffe, deren Herkunft und die professionelle Zubereitung der Speisen stellen. Deshalb verwenden wir aus ökologischen und ökonomischen Gründen vor allem Lebensmittel aus der Region. Die genaue Herkunft, Qualität und Frische der Produkte werden mit den Erzeugern bzw. Lieferanten beständig reflektiert.

Zum anderen nehmen wir uns der vielfältigen Wünsche unserer Kunden an und stellen uns deren individuellen Bedürfnissen.

Die wichtigste Ressource für unseren Erfolg stellen unsere Mitarbeitenden dar, welche intensiv in die Gestaltung des Alltags einbezogen werden. Gute Arbeitsbedingungen, soziale Verantwortung und professionelle Teamarbeit sind für uns die Basis unseres täglichen Handelns.

Die Vinzenz Service GmbH sieht sich in der Mitverantwortung zum Erhalt unserer Schöpfung und einer gesunden Umwelt. Um Sensibilität dafür werben wir bei unseren Mitarbeitenden, Lieferanten und Kunden. Mit einer Reihe von konkreten Maßnahmen wie zum Beispiel Energieeinsparung, Reduzierung von Verpackungsmaterial, Vermeidung von Speiseresten leisten wir einen praktischen Wertebeitrag.

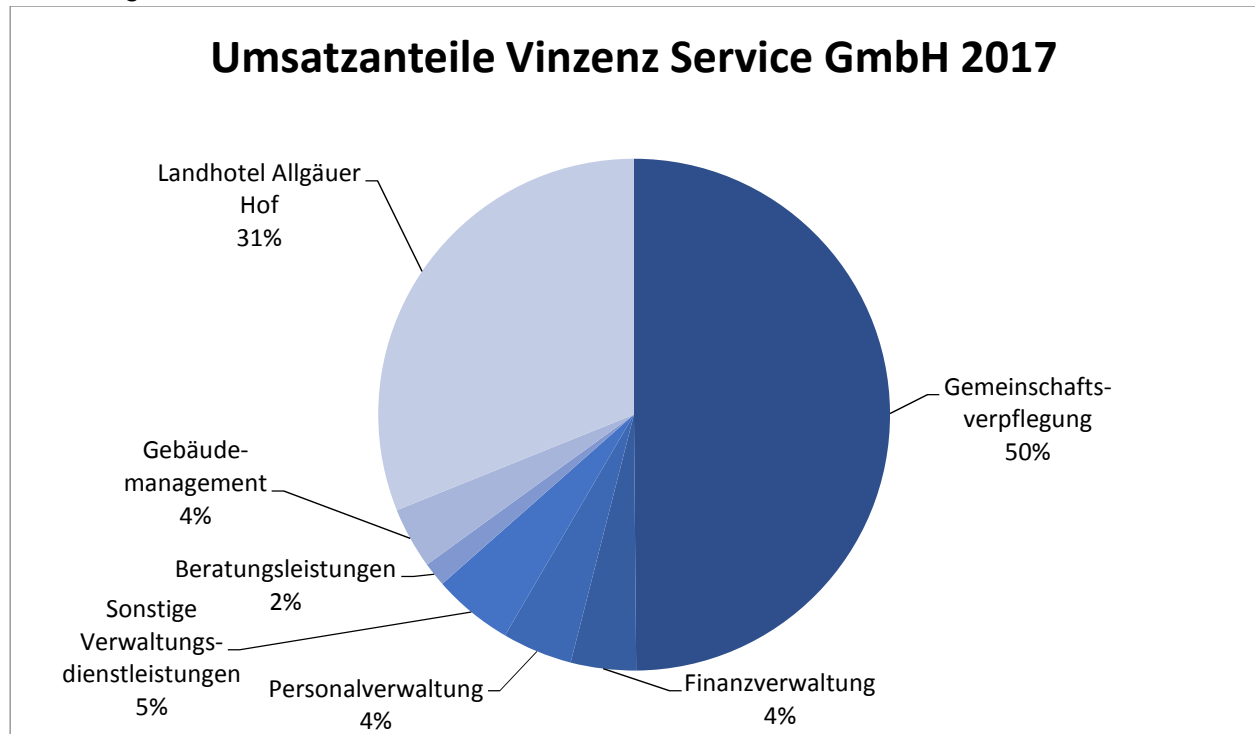
Dies spiegelt sich auch in unseren im Zuge eines Profilbildungsprozesses 2012 mit unseren Mitarbeitenden erarbeiteten und formulierten Unternehmenswerten wieder:

- **Freundlichkeit:** Wir legen Wert darauf, dass sich unsere Kunden und Mitarbeitenden willkommen fühlen. Einen freundlichen, authentischen und respektvollen Umgang im täglichen Miteinander leben wir im Mitarbeiterkreis und mit unseren Partnern und Lieferanten.
- **Nachhaltigkeit:** Nachhaltige Erzeugnisse und Lebensmittel sowie umweltfreundliche Produktionsverfahren stehen für uns im Vordergrund. Gemeinsam mit unseren Partnern aus der Region stellen wir uns dieser gesellschaftlichen Verantwortung.
- **Kompetenz:** Um den vielfältigen Ansprüchen an uns gerecht zu werden entwickeln wir uns ständig weiter. Wir sorgen dafür, dass unsere Mitarbeitenden gut eingearbeitet sind und unsere Leistungen ein hohes Qualitätsniveau vorweisen.
- **Individualität:** Je nach Kundenbedarf erstellen wir ein passgenaues Catering- oder Dienstleistungskonzept. Wir leben langjährige Geschäftspartnerschaften, die von Verlässlichkeit, Glaubwürdigkeit und Empathie geprägt sind.
- **Christliche Wertehaltung:** Das Wohl, die Gesundheit und das Wohlbefinden aller liegen uns am Herzen! Mit unserem Handeln möchten wir zur Bewahrung der Schöpfung beitragen und anderen Menschen Gutes tun.

Um Komplexität und Aufwand bei der ersten Bilanz zu reduzieren, wird das Landhotel in unserer ersten Gemeinwohlbilanz nicht in die Betrachtung miteinbezogen, wir konzentrieren uns auf unser Ursprungsgeschäft. In den o.g. Umsatz- und Mitarbeiterzahlen sind die Daten des Landhotels jedoch berücksichtigt.

Produkte / Dienstleistungen

Abbildung 2: Umsatzanteile Vinzenz Service GmbH 2017



Betrachtet man die Umsatzanteile der Vinzenz Service GmbH ohne Landhotel Allgäuer Hof, so ergibt sich folgende Verteilung: 65% Gemeinschaftsverpflegung, 30% Verwaltung, 5 % Gebäudemanagement.

Die Gemeinschaftsverpflegung teilt sich auf in die Versorgung von Kitas (1%), Schulen (24%), Betriebe (26%) und Pflegeeinrichtungen (49%).

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Essen ist ein wichtiger und unverzichtbarer Bestandteil unseres Lebens. Aus der uns geschenkten Natur entnehmen wir wertvolle Lebensmittel für unsere Mahlzeiten. Darüber hinaus ist Essen jedoch vor allem Genuss und regt die Sinne an. So kann ein gutes Essen maßgeblich zu unserer Gesundheit und unserem Wohlbefinden beitragen. Genussvolles Speisen schafft eine angenehme Atmosphäre und fördert die Kommunikation unter den Menschen. Deshalb ist eine Mahlzeit in Gemeinschaft weit mehr als nur Verpflegung oder Ernährung. Unsere Tisch- und Esskultur prägt die Gesellschaft und bietet Raum für gemeinsamen Austausch. Ein kundenorientiertes Speisen- und Dienstleistungsangebot ist Ausdruck von Wertschätzung und Lebensqualität. Der regionale Einkauf von Produkten und die Zusammenarbeit mit ortsansässigen Dienstleistern stärkt die Wirtschaft vor Ort und sichert Arbeitsplätze in unserer ländlichen Region.

Erstmalig in Kontakt kam unsere Geschäftsführerin Heike Müller mit der Gemeinwohl-Ökonomie bei einer Veranstaltung der IHK Ravensburg im Jahr 2016. Seit diesem Termin besteht auch der Kontakt zu Hr. Armin Hipper, der uns auf dem Weg zu unserer ersten Gemeinwohlbilanz begleitet.

Uns fasziniert die Idee, Werte für die wir aus Tradition stehen, messbar und sichtbar zu machen. Mit unserer ersten Gemeinwohlbilanz möchten wir uns Klarheit darüber verschaffen, wo wir unserem Werteverständnis bereits gerecht werden und wo wir Entwicklungspotential sehen.

Kontaktpersonen:

Heike Müller
Geschäftsführung
Tel. (0 75 71) 74 26-20
Mobil (0151) 55 02 51 59
heike.mueller@vinzenz-sd.de

Elke Hüfner
Stv. Geschäftsführung
Tel. (0 75 71) 74 26-46
Mobil (0151) 55 02 51 65
elke.huefner@vinzenz-sd.de

Testat



TESTAT: AUDIT		VOLLBILANZ		Gemeinwohl-Bilanz 2017		für: Vinzenz Service GmbH Auditor*in: Regina Sorgel	
WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG			
BERÜHRUNGSGRUPPE							
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette 10 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette 40 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette 20 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette 10 %			
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 80 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 10 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung 0 %			
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz 20 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 20 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 20 %			
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen 70 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern 20 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 20 %	D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz 40 %			
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 50 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen 30 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 10 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 20 %			
					Testat gültig bis:	31.10.2020	BILANZSUMME 254

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf www.ecogood.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Die Vinzenz Service GmbH kauft Produkte und Dienstleistungen aus folgenden Bereichen zu:

- Handwerkerservice
- Werkzeuge, Verbrauchsmaterialien
- Lebensmittel, auch Convenience- Produkte
- Inventar und Betriebsmittel
- Beratung
- Software
- Fahrzeuge

Wir achten dabei auf

- regionale und saisonale Ware
- Bio-Ware nach Verfügbarkeit und Finanzierbarkeit
- langfristige Lieferantenbeziehungen und persönliche Kontakte
- Qualität und Service, dies ist uns wichtiger als der Preis einer Ware
- Den Kauf von Produkten mit Qualitätssiegeln, z. B. MSC bei Fisch, ASC, IFS, HACCP, BIO- Siegel, GKT, sowie die gängigen ISO- Zertifizierungen (QM) bei den Dienstleistern.

Beispiele für unsere regionalen Partner:

- Kartoffelhof Streicher, Aftholderberg
- Metzgerei Buchmann GmbH, Grünkraut-Gullen
- Metzgerei Frick GmbH, Krauchenwies
- Klosterhof Knäpple, Ostrach Habsthal (Putenfleisch)
- Senn GmbH & Co. KG, Ostrach (Ei)
- Alb-Gold Teigwaren GmbH, Trochtelfingen
- Öko-Obsthof Blank, Ravensburg

In unregelmäßigen Abständen werden stichprobenartige Besuche in den Unternehmen durchgeführt. Interne Abläufe werden mündlich abgefragt.

Bezüglich Verstößen gegen die Menschenwürde finden in den einzelnen Betrieben der Lieferant*innen keine explizite Überprüfung statt. Lediglich die Leistungen vor Ort bei der Vinzenz Service GmbH werden geprüft, z. B. der Umgang der Handwerker untereinander.

Tabelle1: Anteile einzelner Produkte und Dienstleistungen an den Gesamtkosten

Zugekaufte Produkte und Dienstleistungen	Prozentualer Anteil an den Gesamtkosten in %
Lebensmittel	24,1
Mieten, Pacht, Leasing	6,5
Steuern, Abgaben, Versicherungen	5,1
Wasser, Energie, Brennstoffe	3,8
Wirtschaftsbedarf	3,4
Verwaltungsbedarf	3,1
Fremdleistungen HW Küche Verwaltung	2,5
Instandhaltung u. Instandsetzung	2,5
EDV-Gebühren	0,4
Beratungskosten	0,3
Marketing und Werbung	0,2

Den Hauptanteil der zugekauften Produkte stellen Lebensmittel dar. Dies spiegelt sich auch in den für uns wichtigsten Lieferanten wieder:

Tabelle2: Top 10 Lieferanten

Top 10 Lieferanten	Prozentualer Anteil in %
Chefs Culinar	19,2
Früchte Jork GmbH	13,6
Buchmann GmbH	7,7
Stadtwerke Sigmaringen	3,7
Bäckerei Stehle	1,8
Maier Getränke GmbH	1,6
Jakob Gerhardt GmbH	1,6
Metzgerei Frick GmbH	1,5
Jacobs Douwe	1,4
Autohaus Zimmermann	1,2
NTConsult GmbH	1,2
Bäckerei Raach	1,2

In 2017 hat die Vinzenz Service insgesamt mit 270 Lieferanten zusammengearbeitet. Ein Großteil der Top-100-Lieferanten stammt aus Baden-Württemberg, bis auf wenige Ausnahmen haben die Top-100-Lieferanten ihren Sitz in Deutschland.

Bei sämtlichen Lieferanten können wir davon ausgehen, dass europäische bzw. deutsche Gesetze gelten und eingehalten werden, so dass Kinderarbeit etc. ausgeschlossen werden kann und deutsche Mindestlöhne eingehalten werden.

Tabelle 3: Zertifizierungen der Top 10 Lieferanten

Top 10 Lieferanten	Nachhaltigkeitsbericht
Chefs Culinar	Nachhaltigkeitsbericht nicht verfügbar Zertifikate: IFS, ASC, MSC, BIO (DE-ÖKO-034), HACCP
Früchte Jork GmbH	Nachhaltigkeitsbericht siehe Anlage Zertifikate: IFS, BIO (DE-ÖKO-001), DIN EN ISO 9001:2008, Zertifikat des Deutschen Institutes für Nachhaltigkeit und Ökonomie
Buchmann GmbH	Nachhaltigkeitsbericht siehe Anlage Zertifikate: IFS, BIO (DE-ÖKO-006)
Stadtwerke Sigmaringen	Nachhaltigkeitsbericht nicht vorhanden Imagebroschüre siehe Anlage
Bäckerei Stehle	Nachhaltigkeitsbericht nicht vorhanden
Maier Getränke GmbH	Nachhaltigkeitsbericht nicht vorhanden
Jakob Gerhardt GmbH	Nachhaltigkeitsbericht nicht vorhanden Zertifikate: Fairtrade, BIO (DE-ÖKO-001)
Metzgerei Frick GmbH	Nachhaltigkeitsbericht nicht vorhanden
Jacobs Douwe Egberts DE GmbH	Nachhaltigkeitsbericht nicht vorhanden Jacobs: Zertifikate: Rainforest Alliance; BIO (DE-ÖKO-039)
Autohaus Zimmermann	Nachhaltigkeitsbericht nicht vorhanden
NTConsult GmbH	Nachhaltigkeitsbericht nicht vorhanden
Bäckerei Raach	Nachhaltigkeitsbericht nicht vorhanden

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- ein schlüssiges und faires Lieferantenmanagement mit Bewertungssystem erarbeiten
- Partner-Unternehmen weiterhin regelmäßig besuchen

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung		1			
Auditoren- einschätzung		1			

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

Eine besondere Gefährdung der Menschenwürde weisen Bereiche der Lieferanten*innen auf, die mit Arbeitnehmerüberlassungen agieren. Dies könnte insbesondere bei der Gebäudereinigung und im Wäschedienst der Fall sein. Am Einkaufsvolumen stellen diese Bereiche 3,6 % der Gesamtkosten dar. Bei den Zulieferern von Gemüse werden in der Regel saisonale Arbeitskräfte eingesetzt. Bei Zulieferern außerhalb der EU können Verletzungen der Menschenwürde nicht generell ausgeschlossen werden (Beispiel: Geflügel aus Thailand).

Verbesserungspotenziale:

- ein schlüssiges und faires Lieferantenmanagement mit Bewertungssystem erarbeiten
- Partner-Unternehmen weiterhin regelmäßig besuchen
- Ein Anteil von 100 % ethisch unbedenklich eingekaufter Produkte soll angestrebt werden.

	0	bis	200
	Minuspunkte		
Selbsteinschätzung	0		
Auditoreinschätzung	-2		

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Die Vinzenz Service GmbH agiert den Lieferanten*innen gegenüber ohne aggressive Preisgestaltung und verhandelt auf Basis einer langfristigen Geschäftsbeziehung, die hauptsächlich durch Liefertreue und Qualität bestimmt wird. Unsere Geschäftsbeziehungen sind nicht auf den kurzfristigen Vorteil eines Partners hin ausgerichtet, sondern sollen beiden Unternehmen Entwicklungsmöglichkeiten bieten. Wir pflegen persönliche Kontakte zu unseren Hauptlieferanten und stehen mit diesen in enger Kommunikation. Bei den Zahlungsbedingungen wird marktüblich mit Skontoregelungen und in Einzelfällen umsatzabhängigen Rückvergütungssystemen agiert. Die Lieferanten*innen können ihre Rahmenbedingungen mit unseren Vorstellungen gemeinsam abstimmen. In der Regel werden lieferantenseitig angekündigte und begründete Preiserhöhungen umgehend akzeptiert. Dies führt grundsätzlich zu einer zufriedenstellenden Zusammenarbeit. Von uns angefragte Angebote werden nur geringfügig nachverhandelt. Die Liefertreue und Qualität steht im primären Vordergrund.

Bei größeren Lieferleistungen werden gemeinsam Zahlungsläufe wie Abschlagszahlungen nach Lieferstatus vereinbart. Unstimmigkeiten werden zeitnah besprochen und es werden gemeinsam konstruktive Lösungen gefunden. Im täglichen Umgang agieren wir wertschätzend und auf Augenhöhe.

Die Geschäftsbeziehungen und die damit verbundene Netzwerke bestehen regional seit mehreren Jahren. Es werden langfristige Geschäftspartnerschaften bevorzugt.

Tabelle 4: Dauer der Geschäftsbeziehungen Top 10 Lieferanten

Lieferant	Produkte / Dienstleistung	Geschäftsbeziehung seit
Chefs Culinar	Vollsortiment	2004
Früchte Jork GmbH	Vollsortiment, insbes. Obst und Gemüse	2011
Buchmann GmbH	Fleisch- und Wurstwaren	2004
Stadtwerke Sigmaringen	Strom, Gas	2004
Bäckerei Stehle	Backwaren	2004
Maier Getränke GmbH	Getränke	2004
Jakob Gerhardt GmbH	Kaffee-, Kaltgetränke und Snackautomaten	2007
Metzgerei Frick GmbH	Fleisch- und Wurstwaren	2007
Jacobs Douwe Egberts DE GmbH	Kaffeekonzentrat	2004
Autohaus Zimmermann	Fahrzeuge (Opel)	2004
NTConsult GmbH	Software Warenwirtschaft und Onlinebestellsystem	2008
Bäckerei Raach	Backwaren	2007

Die durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehungen zu unseren wichtigsten Partnern beträgt über 11 Jahre.

Um das Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant*innen zu berechnen, wurde die Gesamtsumme der Aufwendungen für bezogene Lieferungen und Leistungen vom Umsatz des Unternehmens subtrahiert. Somit beträgt die Wertschöpfung im Unternehmen 53,5% bzw. entspricht einem Verhältnis von Wertschöpfung der Lieferanten : Wertschöpfung Vinzenz Service GmbH = 1:1,15

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- ein schlüssiges und faires Lieferantenmanagement mit Bewertungssystem erarbeiten
- Partner-Unternehmen weiterhin regelmäßig besuchen

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschritten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbsteinschätzung				5	
Auditoreinschätzung				6	

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

Den Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt, können wir derzeit nicht erheben. Wir beziehen zwar z. B. Fairtrade-Kaffee, können hier jedoch keine exakten Daten erheben.

Ein fairer und solidarischer Umgang aller Beteiligten entlang der Zulieferkette ist uns wichtig. Deshalb stehen wir in regelmäßigem Austausch mit unseren wichtigsten (siehe Top 10 Lieferanten) sowie unseren regionalen Geschäftspartnern und besuchen uns gegenseitig. Wir pflegen persönliche Kontakte und haben feste Ansprechpartner, so dass wir ein persönliches Vertrauensverhältnis aufbauen können. Dies fördern wir beispielsweise durch ein faires Preisgefüge.

Eine schriftliche Auditierung und Selbstauskunft findet aktuell nicht statt. Die Vinzenz Service GmbH prüft durch regen Austausch mit den Ansprechpartnern*innen die internen Abläufe.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- ein schlüssiges und faires Lieferantenmanagement mit Bewertungssystem erarbeiten

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschritten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbsteinschätzung	0				
Auditoreinschätzung		1			

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

Die Vinzenz Service GmbH besitzt aufgrund ihrer Marktanteile keine entscheidende Marktmacht und kann ihre Geschäftspartner folglich kaum übervorteilen. Uns ist nicht daran gelegen, dass unsere Geschäftspartner durch unsere Marktmacht oder unser Handeln leiden, weil sich ein solches Verhalten nicht mit unseren Werten vereinbaren ließe. Schriftliche Beschwerden hinsichtlich unseres Verhaltens unseren Lieferanten gegenüber liegen uns nicht vor. Der stetige Austausch mit den Lieferanten bestätigt dies.

Verbesserungspotenziale:

- strukturelle Thematisierung und Dokumentation
- Einführung von Lieferantenbewertungen
- Erstellung von schriftlichen und verbindlichen Einkaufsrichtlinien

	0 bis 200 Minuspunkte
Selbsteinschätzung	0
Auditoreinschätzung	0

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Die Vinzenz Service GmbH produziert ihre Speisen im Cook & Chill-Verfahren. Hierbei werden die warmen Speisenkomponenten auf herkömmliche Weise gekocht und anschließend innerhalb von maximal 90 Minuten auf eine Temperatur von 3°C gekühlt (Schnellkühlung). Die gekühlten Speisen sind bis zu fünf Tage haltbar und können in diesem Zustand gelagert und transportiert werden, wobei auf eine ununterbrochene Kühlkette zu achten ist. Unmittelbar vor der Ausgabe werden die Speisen im Kombidämpfer auf Verzehrtemperatur regeneriert. Zu den Vorteilen des Cook & Chill-Systems zählt u. a. auch die damit verbundene hygienische Sicherheit nach den Vorgaben des 1998 in Kraft getretenen HACCP-Konzepts (Hazard Analysis of Critical Control Point). Die Vermehrung von pathogenen Keimen sowie die Bildung von Toxinen wird verhindert, indem der hygienisch bedenkliche Temperaturbereich beim Absenken ab ca. 40 bis 10 °C schnell durchschritten wird.

Den Strom für den Firmensitz in Sigmaringen beziehen wir von den Stadtwerken Sigmaringen. Zwei eigene Wasserkraftwerke, mehrere Blockheizkraftwerke und Photovoltaikanlagen sind wichtige Bausteine einer nachhaltigen und umweltschonenden Energiepolitik der Stadtwerke Sigmaringen. Der von uns bei den Stadtwerken Sigmaringen bezogene Strom setzt sich aus folgendem Mix zusammen: 3% Kernenergie, 13 % Kohle, 3 % Erdgas, 1% fossile Energieträger, 46% erneuerbare Energien, 34 % sonstige regenerative Energien.

In der Zentralküche wird als weiterer wichtiger Energieträger Erdgas verwendet, welches ebenfalls von den Stadtwerken Sigmaringen bezogen wird. Erdgas gilt als ein sehr umweltfreundlicher fossiler Brennstoff, vor allem wegen der geringen Schwefeldioxid- und Kohlendioxid-Emissionen bei seiner Verbrennung. Erdgas verbrennt besonders schadstoffarm - ohne Ruß, ohne Staub und praktisch frei von Schwefelgasen. der Wärmeerzeugung, dem Heizen dient.

Die Zentralküche verfügt über eine Wärmerückgewinnungsanlage. In unserem Lüftungssystem sind zwei Kreuzstromwärmetauschsysteme mit einer Leistung von 171,8 kW mit 18.000 m³ /h und einer Leistung von 33,4kW mit 6.000 m³ / h verbaut.

Die Spülmaschine besitzt eine integrierte Wärmepumpe inkl. Wärmerückgewinnung, welche eine Einsparung von 19,8 kW / h erzielt.

Bei der Auswahl von Rohstoffen, Produkten stehen für uns Qualität, kurze Anfahrtswege durch regionale Herkunft, Liefertreue und ein angemessenes Preis- Leistungs- Verhältnis im Vordergrund. Schädliche Umweltauswirkungen bei zugekauften Produkten gibt es hauptsächlich im Zusammenhang mit dem Transport der Waren zur Zentralküche in Form von Fuhrparkabgasen (z. B. Kohlendioxid, Stickoxide,...). Weitere Aspekte sind die Verpackungsmaterialien sowie die Umweltbelastungen, welche durch die Landwirtschaft entstehen (Abwasser, Nitratbelastung).

Ökologische Risiken in unserer Zulieferkette werden derzeit nicht systematisch evaluiert. Auch kennen wir in vielen Fällen die Auswirkungen innerhalb der gesamten Zulieferkette nicht, sondern lediglich bis zu unserem Lieferanten. Einzelne, besonders belastende Produkte, wie

z.B. Pangasius (Süßwasserfisch), vermeiden wir. Ferner versuchen wir, auf die Zusammenarbeit mit Firmen, deren Verhalten uns unethisch oder ökologisch bedenklich erscheint (z.B. Nestlé) zu verzichten.

2,2 % des Lebensmittel-Wareneinkaufs waren Bioprodukte, also belegbare ökologisch höherwertige Alternativen.

Ein aus unserer Sicht nach wie vor großes Abfallproblem stellen unsere Einwegbehälter für Kaltkomponenten dar. Aus lebensmittelhygienischen Gründen schweißen wir alle Komponenten, welche vor Ort nicht erhitzt werden, luftdicht in Einwegbehälter ein, um jegliches Risiko einer nachteiligen Beeinflussung durch Keime zu minimieren. Bereits 2015 haben wir uns zusammen mit einer Studentin im Rahmen einer Bachelor-Thesis mit Möglichkeiten der Umstellung von Einwegverpackungen zu Mehrwegverpackungen auseinandergesetzt. Zum damaligen Zeitpunkt gab es einen Hersteller, welcher versiegelbare Kunststoffbehälter angeboten hat, so dass bei diesem System lediglich die Deckelfolie als Abfall entstanden wäre und nicht mehr der gesamte Behälter. Zeitgleich mit unserer Entscheidung, in diese Behälter zu investieren, wurden diese jedoch aufgrund einer BPA-Belastung vom Markt genommen. Eine adäquate Alternative ist uns bis heute nicht bekannt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Systematische Überprüfung der Zuliefererkette hinsichtlich Umwelt, Produktion und Nachhaltigkeit.
- Überprüfung des derzeitigen Stromtarifs und ggf. Wechsel in einen Ökotarif der Stadtwerke Sigmaringen (sofern refinanzierbar)
- Stetige Erhöhung des Bio-Lebensmitteleinkaufs

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrittenen 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbsteinschätzung			2		
Auditoreinschätzung			2		

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

Siehe hierzu auch A 1.1.

Das höchste Risiko für schädliche Umwelteinflüsse haben aus unserer Sicht die von uns in großen Mengen verarbeiteten Lebensmittel. Durch den bewussten Einkauf von z. B. Fleisch aus Süddeutschland versuchen wir, diese Einflüsse möglichst gering zu halten. Saisonal verzichten wir im Winter z.B. auf die Verarbeitung von frischen Tomaten, da diese unverhältnismäßig lange Transportwege hinter sich haben. Wir setzen Biolebensmittel ein, um den Einsatz von synthetischen Düngemittel und Insektiziden zu reduzieren.

Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen der von uns eingekauften Produkte und Dienstleistungen sind uns nicht bekannt, so dass wir hier von einem Anteil von 0% ausgehen.

	0	bis	200
	Minuspunkte		
Selbsteinschätzung	0		
Auditoreinschätzung	-2		

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Siehe auch A 2.1.

Darüber hinaus war in 2017 ein Vertreter eines unserer Hauptlieferanten an der Auswahl der Spendenprojekte 2017 beteiligt. Hierzu hatten wir ein Gremium aus Kunden- und Lieferantenvertreter sowie unserem Seelsorger gebildet.

Ferner sind Vertreter unserer Lieferanten im Verteiler für unsere regionale Zeitung „Vinzenz Blick“, in der wir dreimal jährlich über die Aktivitäten in der Vinzenz Service GmbH und in der Vinzenz von Paul gGmbH (Regionen Sigmaringen und Bad Saulgau) berichten.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschritten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbsteinschätzung		1			
Auditoreinschätzung		1			

	0	bis	200
	Minuspunkte		
Selbsteinschätzung	0		
Auditoreinschätzung	0		

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

Der gezielte Einkauf von Produkten, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt, fand bisher nicht statt. Auch wurde dieses Thema über unsere

normalen Lieferantengespräche hinaus nicht explizit mit den Lieferanten diskutiert oder eingefordert. Insbesondere auf die Lieferanten unserer Lieferanten haben wir in der Regel keinen Zugriff.

Von unseren Lieferanten wäre uns jedoch kein aktives Handeln bekannt, welches Transparenz und Mitentscheidung bewusst verhindert, z.B. Verhinderung von Betriebsräten oder die Durchführung von feindlichen Übernahmen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- regelmäßige Lieferantenaudits und –bewertungen
- Erstellung von Einkaufsrichtlinien und Verhaltenskodizes für Lieferanten

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung		1			
Auditoren- einschätzung	0				

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Unternehmerische Resilienz ist die Eigenschaft eines Unternehmens, externe Schocks oder Verwerfungen der sozialen, wirtschaftlichen oder politischen Rahmenbedingungen auszuhalten und sich an die neuen Bedingungen anzupassen. (<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/resilienz-52429/version-275567>, letzter Zugriff am 24.05.2018)

Die Resilienz eines Unternehmens lässt sich durch vier Faktoren beschreiben

- Vorbeugung: Eine Widerstandsfähigkeit gegenüber negativen externen Einwirkungen ist vorsorglich aufgebaut, vergleichbar der Resistenz.
- Adaption: Nach Möglichkeit wird eine kurzfristige Rückkehr zur definierten Ausgangsstellung erreicht, vergleichbar der Selbstregulation.
- Innovation: Entstehende Vorteile aus den sich verändernden Umweltbedingungen werden ökonomisch genutzt, vergleichbar dem Innovationsmanagement.
- Kultur: Eine optimistische, lernbereite, fehlertolerante, aber auch konfrontationsbereite Team- und Projektkultur.

Aus unserem Verständnis heraus bedeutet ein hoher Eigenkapitalanteil ein hohes Maß an Sicherheit und trägt damit wesentlich zur Resilienz des Unternehmens bei. Der Eigenkapitalanteil der Vinzenz Service GmbH beträgt 63,96 %, während der durchschnittliche Eigenkapitalanteil der Branche (Dienstleistung, 2016) 32,7% beträgt (<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/261429/umfrage/eigenkapitalquoten-im-deutschen-mittelstand-nach-branchen/>, letzter Zugriff am 14.05.2018).

Im Berichtszeitraum erfolgte die Zuführung des Jahresüberschusses 2016 in Höhe von 129.238,50 € zum Eigenkapital.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Fortführung der Strategie der Erhöhung des Eigenkapitals durch entsprechende Gewinnverwendung (Investitionen)

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung					7
Auditoren- einschätzung					7

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Die Aufnahme von Fremdkapital spielt für die Vinzenz Service GmbH eine untergeordnete Rolle. In den vergangenen Jahren wurden Gewinne kontinuierlich zur Erhöhung des Eigenkapitals verwendet. Derzeit besteht lediglich ein Darlehen für den Kauf eines LKW mit Kühlaufbau. Dieses wurde mit der aktuellen Hausbank realisiert. Grundsätzlich sollen Fremdfinanzierungen mittels einer guten Liquiditätsplanung möglichst vermieden werden. Im Berichtszeitraum stellte sich die Fremdfinanzierung folgendermaßen dar:

- Fremdkapitalanteil: 36,04 %
- Rückstellungen: 151 TEUR
- Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten: 49 TEUR
- Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen : 122 TEUR
- Sonstige Verbindlichkeiten: 81 TEUR (vorrangig Steuern Abbuchung im Folgejahr und Personalaufwendungen aus Rückrechnung im Folgejahr)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Fortführung der Strategie der Erhöhung des Eigenkapitals durch entsprechende Gewinnverwendung (Investitionen)

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
--	------------------------	------------------------------	------------------------------------	------------------------	----------------------------

Selbst-einschätzung					7
Auditoren-einschätzung	0				

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Die Vinzenz Service GmbH hat vier wesentliche Finanzpartner:

- Vinzenz von Paul gGmbH Soziale Dienste und Einrichtungen (Gesellschafter)
- Hohenzollerische Landesbank Kreissparkasse Sigmaringen (Girokonten)
- Sparkassen Pensionskasse AG (Betriebliche Altersvorsorge)
- Südvers GmbH / Allianz Deutschland AG (Versicherungen)

In der Vergangenheit haben wir unsere Finanzpartner nicht explizit nach deren ethischer Haltung befragt. Dennoch sind uns folgende Aspekte in Bezug auf deren Umgang mit Geldmitteln bekannt:

Die Hohenzollerische Landesbank Kreissparkasse Sigmaringen beschäftigt sich laut eigener Aussage bereits seit vielen Jahren mit verantwortungsvollem und nachhaltigem Handeln und hat dies in ihren strategischen Grundsätzen fest verankert. Aus diesem Grund hat die Bank als eine der ersten Sparkassen folgende Leitlinien fixiert, wodurch klare Ausschlusskriterien für Eigenanlagen vorhanden sind:

- Sie spekuliert nicht mit Lebensmitteln oder Rohstoffen, die zur Lebensmittelgewinnung dienen (sogenannte Agrarrohstoffe).
- Sie kauft keine Aktien oder Anleihen von Firmen, die Rüstungsgüter produzieren.
- Sie kauft keine Anleihen von Staaten, die gemäß dem Jahresbericht von Amnesty International die Todesstrafe oder systematische Folter anwenden oder keine fairen Gerichtsprozesse ermöglichen.
- Sie nutzt keine Derivate zu eigenen spekulativen Zwecken

Ferner besteht das Geschäftsmodell der Bank darin, Geldeinlagen von Kunden / Sparern zu sammeln und diese der regionalen Wirtschaft und für den privaten Wohnungsbau in Form von Krediten zur Verfügung zu stellen. (siehe Anhang: email Rainer Hofmann vom 28.06.2018)

Die Sparkassen Pensionskasse, die für die Vinzenz Service GmbH die Betriebliche Altersvorsorge der Mitarbeitenden übernimmt, „legt höchsten Wert darauf die Garantieverpflichtungen aus den Pensionsverträgen langfristig erfüllen zu können.[...] Auch das Thema nachhaltiges Investment ist der Sparkassen Pensionskasse AG wichtig. Sie hat sich verpflichtet, aktiv für ökologische Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung und ethische Belange der Unternehmensführung einzutreten und die Prinzipien der UN PRI (United Nations Principles for Responsible Investment) bei ihren Investmentstrategien zu berücksichtigen.“ (siehe Anhang: Kurzbericht zum Geschäftsjahr 2017 der Sparkassen Pensionskasse AG)

Die Südvers GmbH ist unser durch die Muttergesellschaft vorgegebener Versicherungsmakler, über den wir in erster Linie Versicherungsprodukte der Allianz Deutschland AG beziehen, welche wiederum einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Die Allianz unterhält seit 2012 ein Group ESG Board, welches für Klimafragen und Nachhaltigkeitsthemen verantwortlich ist. In der Nachhaltigkeitsstrategie werden u.a. die Themen kohlenstoffarme Wirtschaft und soziale

Inklusion bearbeitet. Die Allianz arbeitet stetig daran, die durch die Geschäftstätigkeit verursachten Emissionen zu reduzieren und ein klimaneutrales Unternehmen zu bleiben. Bei Investmentgeschäften berücksichtigt die Allianz Kriterien wie CO₂-Emissionen, Energieeffizienz, Anfälligkeit für Auswirkungen des Klimawandels und Chancen im Bereich Clean Tech. Die Allianz finanziert keine kohlebasierten Geschäftsmodelle, investiert jedoch mit einem steigenden Umfang erneuerbare Energien. Für Investoren bietet die Allianz entsprechende Fonds an. Die Allianz hat ein Umweltkonzept, welches deren Mitarbeitenden dazu anleitet negative Umweltauswirkungen zu reduzieren. Die Allianz fördert durch unterschiedliche Projekte soziale Integration und nimmt so Verantwortung in der Gesellschaft wahr. Sie bekämpft aktiv Korruption und Bestechung. (siehe Anhang: Zusammengefasster Gesonderter Nichtfinanzieller Bericht 2017-Allianz Konzern und Allianz SE)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Bei Fremdfinanzierungsbedarf Ethikbanken berücksichtigen.
- Aufgrund der kurzen Restlaufzeit ist eine Ablösung des derzeitigen Kredites nicht angedacht
- Hausbank regelmäßig und strukturiert nach ihrer Strategie in Richtung Nachhaltigkeit befragen

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung			2		
Auditoren- einschätzung		1			

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Die Zukunftsausgaben wurden im jährlich zu erstellenden Wirtschaftsplan ermittelt. Hierin sind auch Risikobewertungen hinsichtlich Erweiterungs-, Modernisierungs- oder Ersatzinvestitionen berücksichtigt. Es ist geplant die zu realisierenden Investitionen aus dem laufenden Betrieb zu erwirtschaften. Fremdfinanzierungen sollen nur in unvermeidlichen Ausnahmefällen erfolgen. Von Seiten des Gesellschafters bestehen für 2017 keine Ansprüche an die Kapitalerträge. Über die Gewinnverwendung beschließt lt. Gesellschaftsvertrag die Gesellschafterversammlung. Im Unternehmen verbleibende Gewinne werden zur Erhaltung und Steigerung der Qualität und für die Mitarbeitenden eingesetzt.

Im Berichtszeitraum stellte sich die Mittelverwendung folgendermaßen dar:

- Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit: 232 TEUR
- Gesamtbedarf Zukunftsausgaben: 216 TEUR
- Anlagenzugänge: 39 TEUR
- Zuführung zur Rücklage: 0 (Reduzierung Verlustvortrag 108 TEUR)
- Auszuschüttende Kapitalerträge: entfällt
- Keine Neuverschuldung in 2017

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung					9
Auditoren- einschätzung					8

Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel

In 2017 wurden auf Grund einer Gesellschafterentscheidung ca. 30 Mitarbeiter von der Vinzenz Service GmbH in die Vinzenz Pflege gGmbH übergeleitet. Die Vinzenz Pflege gGmbH ist ebenfalls eine 100 %ige Tochtergesellschaft der Vinzenz von Paul gGmbH. Es handelt sich deshalb um keinen echten Abbau von Arbeitsplätzen. Den Mitarbeitenden entstand durch den Transfer kein materieller oder sozialer Nachteil.

	0 bis 200 Minuspunkte
Selbstein- schätzung	0
Auditoren- einschätzung	0

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Zur Steigerung der Energieeffizienz waren in 2017 Ersatzbeschaffungen für drei Fahrzeuge geplant:

- LKW
- Kleintransporter für die Haustechnik

- PKW für Dienstfahrten

Konkret umgesetzt wurde die Beschaffung des Kleintransporters für die Haustechnik. Alle weiteren Investitionsmaßnahmen wurden in das Jahr 2018 übertragen:

- Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf (in Tsd. EUR)
110.000 Euro
- Realisierung der ökologischen Sanierung (in Tsd. EUR und %-Angaben)
20.000 Euro

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung		1			
Auditoren- einschätzung		1			

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Eine gemeinwohlorientierte Veranlagung trifft bei der Vinzenz Service GmbH derzeit nicht zu. Unsere vorhandenen Geldmittel werden vollständig für den Geschäftsbetrieb benötigt und befinden sich im Umlauf auf dem Girokonto. So kann die Liquidität des Unternehmens sichergestellt werden.

- Finanzierte Projekte (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung): 0
- Fonds-Veranlagungen (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung): 0

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung	0				
Auditoren- einschätzung	0				

Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Durch unterschiedliche Maßnahmen versucht die Vinzenz Service GmbH bereits seit Jahren, die ökologischen Auswirkungen ihres Handelns so gering wie möglich zu halten. Der Verzicht auf gentechnisch veränderte Lebensmittel und der Einsatz von Biolebensmittel soll langfristig dazu beitragen, dass für die von uns verarbeiteten Lebensmittel weniger Pestizide und Antibiotika in Tierfutter eingesetzt werden. Wir beziehen Strom mit einem hohen Anteil an regional und erneuerbar erzeugter Energie kaufen sparsame und emissionsarme Fahrzeuge und Anlagen. Derzeit werden von der Vinzenz Service GmbH als ökologisch bedenkliche Ressourcen fossile Energien in Form von Heizöl, Erdgas und Treibstoff für die Fahrzeuge eingesetzt. Unser Bestreben ist es, langfristig auf diese Ressourcen weitestgehend bzw. ganz verzichten zu können. Dies ist mit einem finanziellen Mehraufwand verbunden, welcher über unsere Produkte refinanzierbar sein muss. Dies kann nur in Form eines Prozesses, nicht von heute auf morgen geschehen. Da unser Geschäftsmodell jedoch nicht zwangsläufig auf der Verwendung fossiler Energieträger basiert, ist ein stufenweiser Ausstieg möglich.

Verbesserungspotenziale:

- Prüfung und Kalkulation einer Photovoltaik-Anlage für das Firmengebäude
- Installation einer Elektrotankstelle beim Firmengebäude (in Planung für 2018)

	0	bis	200
Selbsteinschätzung	Minuspunkte		
	0		
Auditoreinschätzung	0		

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Die Kongregation der Barmherzigen Schwestern vom heiligen Vinzenz von Paul in Untermarchtal e.V. ist eine katholische Ordensgemeinschaft in der Diözese Rottenburg - Stuttgart.

Den Menschen in ihrer Not beizustehen - diesem Auftrag des Ordensgründers Vinzenz von Paul folgten die ersten Vinzentinerinnen in Straßburg schon vor rund eineinhalb Jahrhunderten. Später von Schwäbisch Gmünd und heute von Untermarchtal aus wirken die Ordensschwestern helfend in den Gemeinden und orientieren sich stets an den Grundsätzen des heiligen Vinzenz von Paul: Ohne aufrichtige Wertschätzung des Anderen, ohne Liebe ist Hilfe nicht wirksam.

Die Vinzenz von Paul gGmbH Soziale Dienste und Einrichtungen ist eine Gesellschaft der Genossenschaft der Barmherzigen Schwestern vom heiligen Vinzenz von Paul in Untermarchtal. Die gemeinnützige Vinzenz von Paul gGmbH besteht aus den Regionen Allgäu, Bad Saulgau, Göppingen, Schwäbisch Gmünd, Sigmaringen und Stuttgart-Tübingen. Der Sitz der Geschäftsführung ist in Schwäbisch Gmünd.

Mehr als 2.000 Mitarbeitende machen sich an wachsenden 19 Standorten im süddeutschen Raum für Menschen mit Hörschädigungen, junge Menschen mit Förderbedarf, Kinder und Jugendliche, ältere und pflegebedürftige Menschen stark. Als Mitgesellschafterin der Akademie für Gesundheit und Soziales wird die Aus- und Weiterbildung in pflegerischen und sozialen Berufen unterstützt.

Die Vinzenz Service GmbH ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Vinzenz von Paul gGmbH Soziale Dienste und Einrichtungen. Diese bietet Pflege-, Gemeinschafts- und Bildungseinrichtungen eine auf Nachhaltigkeit und regionale Qualität ausgerichtete Verpflegung. Überdies betreibt die Vinzenz Service das Landhotel Allgäuer Hof in Wolfegg-Altann, die Cafeteria im Josefinenstift in Sigmaringen und das Café neunundvierzig in Stuttgart.

Abbildung 3: Organigramm allgemein



Eine Einbindung der Mitarbeitenden als Eigentümer gibt es nicht. Die Geschäftsführerin ist ebenfalls nicht Eigentümerin.

Die Verteilung des Eigenkapitals stellt sich wie folgt dar:

- Geschäftsführer: 0%
- Führungskräfte: 0%
- Mitarbeiter*innen: 0%
- Kund*innen (hier der Gesellschafter Vinzenz von Paul gGmbH Soziale Dienste und Einrichtungen): 100%
- Lieferant*innen: 0%
- weiteres Umfeld: 0%
- nicht mittätige Kapitalinvestor*innen: 0%

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrittenen 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbsteinschätzung		1			
Auditoreinschätzung	0				

Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme

Feindliche Übernahmen wurden in der Vergangenheit weder getätigt noch sind diese für die Zukunft geplant, da ein entsprechendes Verhalten mit unseren Unternehmenswerten nicht vereinbar wäre.

	0 bis 200 Minuspunkte
Selbsteinschätzung	0
Auditoreinschätzung	0

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Unsere Mitarbeitenden sind die wichtigste Ressource für unseren Erfolg. Mit guten Arbeitsbedingungen möchten wir eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit und Motivation erreichen:

Organisatorisch:

Wir arbeiten in einer flachen Hierarchie (Geschäftsführung, Abteilungsleitung, Mitarbeitende), welche in einem Organigramm transparent dargestellt wird. Ergänzt wird dieses durch Stellenbeschreibungen, welche Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortlichkeiten definieren, wenn auch noch nicht flächendeckend.

Wir bieten unseren Mitarbeitenden sehr flexibel Teilzeitmöglichkeiten, flexible Arbeitszeiten werden, sofern es die betrieblichen Erfordernisse möglich machen, angeboten (Hauptsächlich in der Verwaltung).

Jeder Mitarbeitende ist Teil eines Teams, welches sich in regelmäßigen Besprechungen austauscht.

Alle Mitarbeitenden haben mindestens einmal jährlich Anspruch auf ein ausführliches Mitarbeitergespräch, in welchem sie Feedback erhalten, aber auch geben können. Anlassbezogen finden darüber hinaus individuelle Gespräche statt.

Mitbestimmung, Selbstorganisation und Eigenverantwortung:

Seit der Gründung der Vinzenz Service GmbH existiert ein Betriebsrat, der in die strategischen Fragen der Unternehmensführung miteinbezogen wird. Hier finden sowohl anlassbezogene als auch regelmäßige Treffen und Gespräche statt.

Zielvorgaben und definierte Aufgaben können mit viel Handlungsfreiheit und Kreativität umgesetzt werden. Gestaltungsfreiraum ist gegeben, Verbesserungsvorschläge sind uns willkommen.

Bsp.: Schülerabrechnung (Umsetzung SWING)

Für die Bereiche Verwaltung, Haustechnik und Logistik besteht ein eigener Zugriff der Mitarbeiter auf das Dienstplanprogramm. Die Eintragung der Arbeitszeiten erfolgt eigenverantwortlich. Im Verwaltungsbereich gibt es flexible Arbeitszeiten. Die Mitarbeiter organisieren sich hier selbst.

Finanziell:

Alle Mitarbeitenden der Vinzenz Service GmbH haben nach Beendigung der Probezeit, also in der Regel nach sechs Monaten Betriebszugehörigkeit, Anspruch auf eine arbeitgeberfinanzierte Betriebliche Altersvorsorge in Höhe von 4% des Bruttolohns. In der Summe flossen 2017 über 50.000 Euro in die Betriebliche Altersvorsorge.

Männer und Frauen erhalten bei gleicher Tätigkeit den gleichen Lohn.

Persönliche und fachliche Weiterentwicklung:

Unsere Mitarbeitenden haben individuelle Fortbildungsmöglichkeiten, sowohl in fachlicher, als auch in persönlicher Hinsicht. Bei Bedarf bieten wir Supervisionen bzw. Gespräche mit einem Seelsorger an. Seelsorge verstehen wir als Auftrag aller. Mitarbeitende in schwierigen persönlichen Situationen erhalten unsere Unterstützung.

Gesundheit und Wohlbefinden:

Den Mitarbeitenden im Dienstleistungszentrum steht eine Cafeteria zur Verfügung, in der eine Frühstücks- und Mittagsverpflegung angeboten wird. Obst, Wasser und Tee stehen kostenlos zur Verfügung

Führungsverhalten und mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur:

Partnerschaftlicher Umgang und kooperative Führung prägen unser Miteinander, denn all unser Handeln und unsere Unternehmenskultur basieren auf den Werten und dem Leitbild der Kongregation der Genossenschaft der Barmherzigen Schwestern von Hl. Vinzenz von Paul in Untermarchtal e.V.

Konkretisiert werden diese in

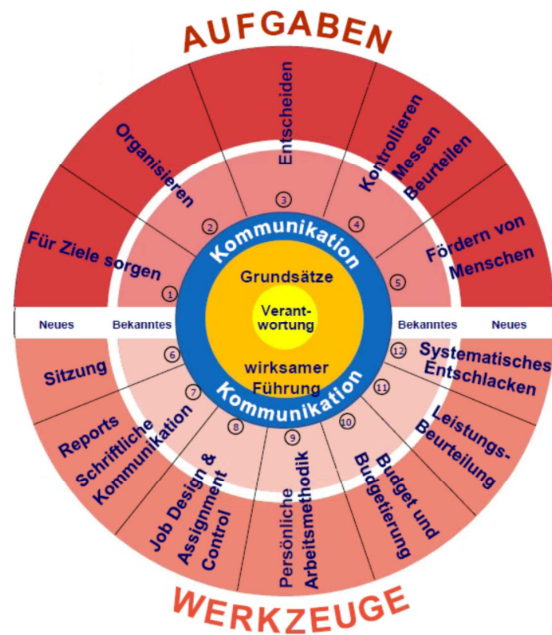
- den „Leitlinien- Werte, die uns leiten“ der Vinzenz von Paul gGmbH
- den „Unternehmenspolitischen Grundsätzen“ der Vinzenz von Paul gGmbH
- dem Seelsorgekonzept „Was wir unter Seelsorge verstehen“ der Vinzenz von Paul gGmbH (siehe Anhang)

Wir leben eine Kultur des Dialogs und Miteinanders. Fehler und Konflikte besprechen wir offen, umgehend und direkt. Wir sprechen mit Menschen, nicht über Menschen. „Wir informieren uns gegenseitig und tragen zu einer Atmosphäre der Offenheit und des Vertrauens bei. Wir respektieren verschiedene Meinungen und Standpunkte und suchen nach Lösungen, die gemeinsam getragen werden.“ (Leitlinie Nr. 3). Wichtig ist uns dabei eine Resultatorientierung, d. h. wir möchten aus dem Fehler lernen und uns durch die Erkenntnisse ständig verbessern.

Die Führungsaufgabe an sich wird sehr ernst genommen, was sich in unserem Führungshandbuch zeigt, in welchem Aspekte wie z. B. „Für Ziele sorgen“, „Fördern von Menschen“, „Stärken nutzen“ und „Vertrauen“ fest verankert sind. Führung verstehen wir „als das Entwickeln, Gestalten und Steuern von organisatorischen Einheiten und damit schlussendlich von Menschen. Ziel muss es hierbei sein, die refinanzierbaren Ressourcen bestmöglich in Nutzen für die uns anvertrauen Menschen zu verwandeln. Dies wird in einer dynamischen und komplexen Welt nicht nach detaillierten Standards und vor allem nicht überall gleich funktionieren. Vielmehr gilt es auf einem gemeinsamen Fundament situativ und an den betroffenen Menschen orientiert verantwortungsvolle Entscheidungen zu treffen und als Führungskraft sich damit aktiv gestaltend im Alltag einzubringen.“ (siehe Führungshandbuch der Vinzenz von Paul gGmbH)

Abbildung 4: Wirksame Führung- Grundsätze und Führungsrad

- Grundsätze
Wirksamer Führung**
1. Resultatorientierung
 2. Beitrag zum Ganzen
 3. Konzentration auf Weniges
 4. Stärken nutzen
 5. Vertrauen
 6. Positiv denken



Seit 2017 kümmern wir uns nochmals verstärkt um unsere neuen Mitarbeiter: diese erhalten bei Arbeitsbeginn eine Begrüßungsmappe mit allen für den Start im Unternehmen wichtigen Informationen und Hintergründen. Zweimal im Jahr findet ein Welcome-Day mit der Geschäftsführung statt, bei dem unsere Hintergründe und Werte thematisiert werden. Die übergeordneten Werte der Genossenschaft der barmherzigen Schwestern des Hl. Vinzenz von Paul werden an einem zusätzlichen Einführungstag im Kloster vermittelt.

Im Berichtszeitraum hatte die Vinzenz Service GmbH 18 Austritte bei einer Mitarbeitendenanzahl von 127 zum 31.12.2017. Bei zehn Personen davon handelte es sich um Saisonkräfte, welche in Schulmensen beschäftigt sind und nach den Sommerferien wieder eingestellt wurden. Von Seiten der Vinzenz Service GmbH wurden sieben betriebsbedingte Kündigungen ausgesprochen, was einer Quote von 3% entspricht.

Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beträgt ca. 10 Jahre.

Die Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen wird derzeit nicht erhoben.

Eine Erhebung zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur findet derzeit nicht statt.

Gemäß Auswertung aus dem Dienstplanprogramm im Jahr 2017 wurden von den Mitarbeitenden insgesamt 40 Fortbildungstage mit insgesamt 248,20 Fortbildungsstunden in Anspruch genommen.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung			3		
Auditoren- einschätzung			3		

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben des Arbeitsschutzes wie z.B. Sicherheitsausschusssitzungen, Begehungen der Betriebsstätten, Aushang von Betriebsanweisungen und Sicherheitsdatenblättern, Zurverfügungstellung von persönlicher Schutzausrüstung (wo notwendig), Schulungen zur Arbeitssicherheit sind für uns selbstverständlich. Der Bereich Arbeitssicherheit ist fest im Qualitätsmanagement verankert.

Derzeit haben wir sechs Sicherheitsbeauftragte.

Nach längerer Krankheit werden Gespräche zur Wiedereingliederung geführt. Eine stufenweise Wiedereingliederung ist bei Bedarf möglich.

Trotz aller Bemühungen bleiben gesundheitlichen Gefährdungen in einzelnen Teilen des Unternehmens für unsere Mitarbeitenden bestehen:

- Lärmbelastung in der Spülküche: Allen betroffenen Mitarbeitenden wird ein Gehörschutz zur Verfügung gestellt.
- Umgebungstemperaturen von 3°C bis 10°C in den gekühlten Arbeitsräumen: Die Mitarbeitenden sind mit angemessen warmer Arbeitskleidung (Thermojacken,...) ausgestattet.
- Allen Mitarbeitenden der Logistik und der Haustechnik werden Sicherheitsschuhe zur Verfügung gestellt.
- Mitarbeitende in der Logistik erhalten jährlich das Angebot, an einem Erste-Hilfe-Kurs teilzunehmen
- Mitarbeitenden der Logistik werden die Kosten für die Berufskraftfahrerweiterbildung erstattet, da hier ebenfalls viele Aspekte der Arbeitssicherheit, der korrekten Ladungssicherung und der gesunden Lebensführung vermittelt werden.

Die Angebote des Betrieblichen Gesundheitsmanagements wurden im Jahr 2017 ausgesetzt. Die Projektgruppe möchte erst den Nutzen der angebotenen Kurse eruieren und bewerten, um eventuelle neue Wege und Angebote zu entwickeln.

Als „Wohlfühlangebot“ wurde die Möglichkeit des gemeinsamen Besuches eines Theaterstücks geboten (Waldbühne). Zusammen mit dem Betriebsrat hat die Geschäftsführung zum jährlichen Sommer-/Grillfest und zur Adventsfeier eingeladen.

Im Jahr 2016 wurden sowohl Rücken-Fit-Kurse als auch Ernährungskurse (Gesundes Frühstück) gemeinsam mit der AOK angeboten.

Für den Bürobereich wurden im Berichtszeitraum ergonomische Bürostühle angeschafft.

Im Jahr 2017 lag die Fehlzeitenquote bei insgesamt 9,6%. Trotz Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung kam kein Mitarbeiter in den Betrieb.

Im Berichtszeitraum ereigneten sich 3 Arbeitsunfälle (jeweils leichte Schnittverletzungen im Küchenbereich)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Gefährdungsbeurteilungen überarbeiten

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung		1			
Auditoren- einschätzung		1			

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Diversität unserer Mitarbeiter verstehen wir als Bereicherung für unser Unternehmen, bei uns ist jeder Mensch willkommen. Bei Einstellungen stehen für uns die Qualifikation des Bewerbers sowie seine Kompatibilität zum bestehenden Team im Vordergrund, weniger die Dimensionen der Diversität. Besonders ins Auge sticht unser hoher Frauenanteil, auch in Führungspositionen. Neben der Geschäftsführerin sind acht von elf Führungskräften weiblich.

Sofern möglich, bieten wir Menschen mit körperlichen/ psychischen Einschränkungen einen Arbeitsplatz. So kooperieren wir beispielsweise mit den OWB Oberschwäbischen Werkstätten gem. GmbH, indem wir dauerhaft zwei Arbeitsplätze in einer unserer Mensen anbieten.

Alle unsere Führungskräfte sind zum Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) geschult. Jeder neue Mitarbeitende findet Informationen und Erläuterungen zum AGG in der Begrüßungsmappe. Beschwerden über Benachteiligungen liegen uns nicht vor bzw. sind uns nicht bekannt.

Im Rahmen von jährlichen Mitarbeitergesprächen wird mit jedem einzelnen Mitarbeitenden das vergangene Jahr reflektiert und seine Wünsche und Vorstellungen seine persönliche Entwicklung betreffend mit in die Planung einbezogen. Durch flache Hierarchien und einen regelmäßigen Austausch im Rahmen des Besprechungswesens sollen alle Mitarbeitenden gut informiert sein.

Durchschnittlich waren im Berichtszeitraum 127 Mitarbeitende bei der Vinzenz Service GmbH beschäftigt. Das Durchschnittsalter unserer Mitarbeitenden lag 2017 bei 49 Jahren, die geschlechtliche Verteilung bei 25% Männern und 75% Frauen. Von 13 Führungskräften waren im Berichtszeitraum drei männlich und zehn weiblich. Neun unserer Mitarbeitenden haben nicht die deutsche Staatsbürgerschaft (1x bosnisch, 1x kroatisch, 1x polnisch, 1x rumänisch, 1x türkisch, 1x tschechisch, 1x ukrainisch, 1x amerikanisch).

Die gesellschaftliche Diversität des Umfelds wird von uns nicht erfasst.

Im Jahr 2017 befanden sich sechs Mitarbeiterinnen in Elternzeit bzw. Mutterschutz, insgesamt 63 Monate.

Im Berichtszeitraum gab es bei der Vinzenz Service GmbH insgesamt 25 Neueinstellungen (17 Frauen, 8 Männer), davon haben 22 Personen die deutsche Staatsbürgerschaft, zwei Personen kommen aus Kroatien, eine aus Polen.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung			2		
Auditoren- einschätzung			2		

Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Bei der Vinzenz Service GmbH gibt es keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen. Im Jahr 2017 gab es keine Gerichtsprozesse oder Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts. Beschwerden von Seiten des Betriebsrates wurden keine an die Geschäftsführung herangetragen (siehe hierzu auch Stellungnahme des Betriebsrates vom 12.03.2018 in der Anlage).

Alle Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, sich bei Bedarf mit ihren Rückmeldungen bzw. Beschwerden an den Betriebsrat, ihren direkten Vorgesetzten oder die Geschäftsleitung zu wenden.

	0	bis	200
	Minuspunkte		
Selbsteinschätzung	0		
Auditoreinschätzung	0		

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Generell werden erbrachte Leistungen bei der Vinzenz Service GmbH in Form von pünktlichen Lohn- bzw. Gehaltszahlungen zum Monatsende abgegolten. Die Vinzenz Service GmbH ist nicht tarifgebunden, im Laufe der Jahre hat sich eine Art Haustarif entwickelt, welcher gleiche Bezahlung bei gleicher Tätigkeit gewährleistet. Ferner fand im Berichtszeitraum eine Gehaltssteigerung in Abhängigkeit von der Betriebszugehörigkeit statt. Um die Übernahme von zusätzlichen Aufgaben oder Verantwortung zu honorieren, werden den betreffenden Mitarbeitenden eine Teamleiter-Zulage bzw. Leistungszulagen bezahlt. Die Betriebsvereinbarung „Eventcatering“ regelt die (höhere) Vergütung bei Sondereinsätzen.

Jeder Mitarbeitende erhält ein kleines Geburtstagsgeschenk sowie eine Urkunde mit Präsent bei Jubiläen.

Wir schätzen die Lebenshaltungskosten im Landkreis Sigmaringen eher niedriger ein als in den umliegende Landkreise (Ravensburg, Bodenseekreis, Konstanz, Stuttgart). Generell ist es uns dennoch ein großes Anliegen, dass alle Mitarbeitenden über dem gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlohn verdienen. Das Einstiegsgehalt ist differenziert nach Arbeitsbereichen und liegt derzeit für geringfügig Beschäftigte bei 9,31 € pro Stunde und für Teilzeitbeschäftigte bei 9,70 €. Steigerungen sind durch längere Betriebszugehörigkeit möglich, sofern die betriebswirtschaftliche Lage des Unternehmens eine Gehaltssteigerung für alle Mitarbeitenden zulässt. Der Betriebsrat wirkt bei diesem Entscheidungsprozess mit.

Die innerbetriebliche Spreizung bei der Vinzenz Service GmbH kann mit einem Faktor von 5,65 angegeben werden: der Mindestverdienst pro Stunde beträgt 9,31€, der Höchstverdienst 52,64€.

Äußerungen der Mitarbeitenden zur Gehaltszufriedenheit im Rahmen eines „Speed-Dating mit unseren Werten“ an der Adventsfeier im Dezember 2017 ergaben bei der Frage „Wenn Sie

einen Wunsch an die Geschäftsführung frei hätten, welcher wäre das?“ fünfzehn Nennungen, welche auf eine Unzufriedenheit mit der Gehaltshöhe hinweisen könnten. Aus diesem Grund wurde im Juli 2018 eine Arbeitsgruppe zum Haustarif unter Beteiligung des Betriebsrates gegründet, um hier einen Vorschlag zu einem besseren System zu finden. Hier gilt es, den Spagat zwischen subjektiv wünschenswerter Gehaltshöhe und Marktfähigkeit unserer Preise zu schaffen.

Weitere finanzielle Vergünstigungen für unsere Mitarbeitenden:

- Bereitstellung eines vergünstigten Mittagessens für 3,30€
- Zahlung einer Betrieblichen Altersvorsorge in Höhe von zusätzlich 4% des Bruttoverdienstes, unabhängig davon, ob der Mitarbeitende selbst in die Altersvorsorge einbezahlt oder nicht bzw. ob eine Gehaltsumwandlung stattfindet
- Zuschuss zu Kinderbetreuungskosten

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Weitere strukturierte Mitarbeitenden-Befragung bezüglich der Gehaltszufriedenheit
- Gründung „Arbeitsgruppe Haustarif“ in 2018

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung		1			
Auditoren- einschätzung		1			

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Die für die Vinzenz Service unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit beträgt 40 Stunden für Vollzeitbeschäftigte. Alle Arbeitszeiten werden im Dienstplanprogramm Geocon erfasst und dokumentiert.

Arbeitsspitzen werden durch Überstunden oder, bei Teilzeitkräften, durch Erhöhung des Arbeitsumfanges abgedeckt. Wenn betrieblich möglich, werden Überstunden in Freizeit ausgeglichen bzw. für ruhigere Zeiten verwendet. Im Jahr 2017 hatte die Vinzenz Service GmbH eine Gesamtarbeits-Sollzeit von 122.916 Stunden, es wurden 2.689 Überstunden geleistet, was durchschnittlich ca. 21 Stunden pro Mitarbeitenden und Jahr entspricht. Das entspricht einem Anteil von 2,2%. Darüber hinaus wurden 1040 Überstunden an die Mitarbeitenden ausbezahlt. Betriebswirtschaftliches Ziel ist es, Überstunden zum jeweiligen Jahresende auf 0 zu reduzieren. Dies wird regelmäßig im Rahmen der Teamsitzungen thematisiert. Die Überstundenentwicklung wird regelmäßig erhoben und zusammen mit dem Monatsergebnis ausgewiesen.

Wo möglich werden die Arbeitszeiten flexibel gestaltet, so dass z.B. in den Ferien kürzer gearbeitet werden kann, weil weniger Arbeit anfällt.

Wunschkdienste werden, sofern möglich, bei der Dienstplanung berücksichtigt.

Um für die Mitarbeitenden eine möglichst große Planungssicherheit sicherzustellen, werden

Dienstpläne am 15. des Vormonats als SOLL-Plan für den Folgemonat bekannt gegeben. Änderungswünsche können dann in Absprache mit dem Team noch berücksichtigt werden. Die Urlaubsplanung erfolgt in der Regel am Jahresanfang für das gesamte Jahr, so dass eine verlässliche Urlaubsplanung für alle gegeben ist.

Im Verwaltungsbereich haben wir eine recht freie Arbeitszeiteinteilung, während in anderen Bereichen aufgabenbedingt feste Arbeitszeiten bestehen, z. B. in den Schulmensen und Kantinen, in der Küche und in der Logistik. In der Logistik kann es vereinzelt zu Nachtarbeit kommen. Mitarbeitende der Haustechnik müssen teilweise Rufbereitschaften erfüllen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- kontinuierlicher Abbau von Überstunden

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschritten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbsteinschätzung			2		
Auditoreinschätzung		1			

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

Die Vinzenz Service GmbH bietet ihren Mitarbeitenden unterschiedliche Arbeitsmodelle an:

- Vollzeit
- Teilzeit (30-95% Beschäftigungsumfang)
- Geringfügige Beschäftigung (max. 450-Euro/ Monat)
- Telearbeit im Verwaltungsbereich nach Rücksprache mit dem Vorgesetzten

Um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten, bestehen für die Mitarbeitenden folgende Möglichkeiten:

- Gleitzeit
- Telearbeit
- Wunschkdienste

Im Berichtszeitraum waren durchschnittlich 83% unserer Mitarbeitenden, davon vier Führungskräfte in Teilzeit tätig. Unser Ziel ist es, den Mitarbeitenden die Möglichkeit zu geben, ihre Arbeitszeit an ihre derzeitige Lebenssituation anzupassen. Daher kommt es auf Wunsch der Mitarbeitenden regelmäßig zu Erhöhungen bzw. Reduktion von Arbeitsumfängen. Ferner ist es nach Absprache möglich, Überstunden oder Urlaub für eine verlängerte Auszeit anzuspargen.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung				6	
Auditoren- einschätzung				6	

Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Siehe hierzu auch C1.1. bis .2.3.

Aufgrund der uns vorliegenden Informationen gehen wir davon aus, dass wir für alle unsere 127 Mitarbeitenden einen lebenswürdigen Verdienst gewährleisten können.

Die „investierte“ Arbeitszeit spielt bei der Erreichung von Karriereschritten eine untergeordnete Rolle, was der hohe Anteil an Teilzeitbeschäftigten auch bei den Führungskräften bestätigt. Selbstverständlich ist jedoch auch, dass bestimmte Tätigkeiten ein Mindestmaß an Präsenz im Unternehmen und eine entsprechende Berufserfahrung erfordern.

Geschäftsmodellbedingt arbeiten wir mit Saisonverträgen in den Bereichen, in denen über längere Zeiträume keine Umsätze möglich sind (z.B. Sommerferien in Schulmensen). Alle betroffenen Mitarbeitenden erhalten ihren neuen Arbeitsvertrag bereits vor Eintreten der Ausfallzeit.

Es gab einen Pauschalvertrag für eine Studentin, welche Ihre Bachelorarbeit für das Unternehmen geschrieben hat. Es gab im Berichtszeitraum keine Null-Stunden-Verträge und keine Zeitarbeitenden. Die Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen betrug sachgrundlos mindestens ein Jahr, bei Zweckbefristung wie z.B. bei Elternzeit- oder Krankheitsvertretung entsprechend einer Einzelfallregelung. Der Anteil von befristeten Arbeitsverträgen lag bei max. 5%. Befristete Arbeitsverträge gehen bei Eignung regelmäßig in eine unbefristete Weiterbeschäftigung über, es sei denn es handelte sich um eine Sachgrundbefristung (Vertretung), der Stelleninhaber kehrt an seinen Arbeitsstelle zurück und es ist keine andere Stelle frei .

	0 bis 200 Minuspunkte
Selbstein- schätzung	0
Auditoren- einschätzung	0

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Den Mitarbeitenden im Dienstleistungszentrum steht eine Cafeteria zur Verfügung, in der Frühstück und Mittagessen angeboten wird. Das Frühstück besteht aus (Vollkorn-)Backwaren, Wurst und Käse aus der Region. Marmelade und Honig kommen vom Kloster Untermachtal. Zum Mittagessen stehen drei Menüs zur Auswahl, davon ein vegetarisches Menü sowie ein Salatbuffet. Da es sich bei den Speisen um das gleiche Angebot wie das für unsere Kunden handelt, werden im gleichen Maß Bio-Lebensmittel und regionale Produkte eingesetzt. Kostenlos können sich die Mitarbeitenden am Wasserspender, Teeangebot und am Obstkorb bedienen.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschritten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbsteinschätzung				4	
Auditoreinschätzung			2		

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Aufgrund der ländlichen Struktur kommt ein Großteil der Mitarbeitenden mit dem Auto zur Arbeit. Öffentliche Verkehrsmittel werden aufgrund der schlechten Infrastruktur selten genutzt. Wer in der Nähe wohnt, kommt zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad.

Fahrgemeinschaften, werden genutzt, wo sinnvoll (z. B. bei der Fahrt zu Fortbildungen)

Das Angebot von Telearbeit spart Arbeitswege.

Insbesondere für die Außenstellen wie Betriebsrestaurants und Schulen werden Mitarbeitende aus dem direkten Umfeld bevorzugt eingesetzt, um lange Arbeitswege von vorn herein zu vermeiden. Deshalb werden Stellenausschreibungen wohnortnah geschaltet, um Mitarbeitende aus der näheren Umgebung für den Einsatzbereich zu gewinnen und lange Anfahrtswege zu vermeiden.

Wenn möglich werden Dienstreisen mit der Bahn unternommen. Ggf. erfolgt eine Finanzierung der Bahncard durch die Vinzenz Service GmbH.

Im Dienstleistungszentrum steht ein Fahrzeugpool für Dienstfahrten zur Verfügung. Diese Fahrzeuge sowie alle Dienstwagen fahren CO₂-neutral (siehe Zertifikat in der Anlage).

In welcher Anzahl unsere Mitarbeitenden welche Verkehrsmittel zur Anreise zur Arbeit nutzen, erheben wir derzeit nicht.

Um Mitarbeitende bei einer umweltverträglichen Anreise zu unterstützen haben wir uns bereits im Berichtszeitraum intensiv mit der Thematik JobRad auseinandergesetzt. Die Umsetzung ist in 2018 erfolgt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Strukturelle Erhebung der Verkehrsmittel, welche unsere Mitarbeitenden für den Weg zur Arbeit nutzen

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung		1			
Auditoren- einschätzung		1			

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Wie bereits in anderen Abschnitten dargestellt, spielt Nachhaltigkeit für die Vinzenz Service GmbH eine wichtige Rolle und ist in der Unternehmenskultur verankert. Dies zeigt sich z.B. auch in unserem Qualitätsmanagement-Handbuch. Dort findet sich unter Kapitel 4.2.1. unser Nachhaltigkeitskonzept sowie die Arbeitshilfe „Ressourcensparendes Verhalten“, welche allen Mitarbeitenden bekannt ist (Bestandteil der Begrüßungsmappe).

Als Beispiele für ökologisches Handeln können ferner genannt werden:

- Bereitstellung eines Wasserspenders
- Verwendung von Getränken in Pfandflaschen im Konferenzbereich
- Schulungen der Mitarbeitenden zur richtigen Dosierung von Reinigungsmitteln
- Mülltrennung und Recycling in allen Bereichen der Vinzenz Service GmbH
- Vermeidung von Speiseresten in allen Bereichen
- Teilnahme an den Nachhaltigkeitstagen Baden-Württemberg in Form eines besonderen Speiseangebotes

Wir gehen davon aus, dass unsere Mitarbeitenden bereits für ein ökologisches Verhalten sensibilisiert sind und die Notwendigkeit zu ressourcenschonendem Verhalten verstehen, wengleich die Umsetzung im Alltag noch nicht immer gelingt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Verstärkte Sensibilisierung der Mitarbeitenden und Weiterentwicklung ökologischer Maßnahmen.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung			2		
Auditoren- einschätzung			2		

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

Die Vinzenz Service GmbH hat keine Geschäftsfahrzeuge der Oberklasse (>180g CO₂).
Bei den LKWs erfüllen zwei Fahrzeuge Euro Norm 4, einer Euro Norm 6 (grüne Plakette).

Es gibt keine Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist.

Es gibt im Einzelfall Konsumangebote mit hohem Verpackungsanteil, wobei Alternativen derzeit nicht umsetzbar sind:

- Coffee-to-go an drei Ausgabestellen
- Einwegverpackungen in Onlineschulen, um bei Unterrichtsausfall den Kindern das vorbestellte Essen mitgeben zu können

Es gibt keine Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte.

Im Betrieb wird nicht nachlässig mit Müll umgegangen, eine Abfalltrennung findet flächendeckend statt.

Verbesserungspotenziale:

- Alternativen suchen zu Coffee-to-go-Bechern
- Betriebswirtschaftliche Überprüfung, ob dieses Angebot überhaupt notwendig ist

	0	bis	200
Selbsteinschätzung	Minuspunkte		
Auditoreinschätzung	0		

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Generell können alle Mitarbeitenden die Daten ungehindert einsehen, welche sie zur Erfüllung ihrer Aufgabe benötigen. Kritische Daten wie z.B. Protokolle des Leitungsteams, die Gehaltsstruktur bzw. einzelne Gehälter, die interne Kostenrechnung oder Entscheidungen über Einstellungen und Entlassungen sind aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht generell allen Mitarbeitenden zugänglich. Im Einzelfall erfolgt eine Abwägung zwischen der Transparenz auf der einen Seite und dem Schutz von Persönlichkeitsrechten oder der Sensibilität von vertraulichen Informationen auf der anderen Seite.

Die Mitglieder des Leitungsteams sind weitestgehend über diese Themen informiert bzw. haben Einblick. Ihre Aufgabe ist es, in den regelmäßig stattfindenden Teamsitzungen, die für ihr Team relevanten Informationen weiterzugeben und zu protokollieren

Ebenso wird der Betriebsrat über alle relevanten finanziellen Daten informiert. Sollten die Mitarbeiter hierzu Fragen haben, steht der Betriebsrat oder die Finanzleitung immer als Ansprechpartner zur Verfügung.

Der Jahresbericht mit den Bilanzahlen der gesamten Unternehmensgruppe steht den Mitarbeitenden zur Einsicht bereit. Auf der Webseite der Vinzenz von Paul gGmbH steht zur Einsicht auch ein Jahresbericht aller Unternehmen des Klosters Untermarchtal zur Einsicht bereit

Der Jahresbericht kann online eingesehen werden. Ein PC-Arbeitsplatz steht für alle Mitarbeiter im Dienstleistungszentrum zur Verfügung. Des Weiteren kann der Jahresbericht als Broschüre eingesehen werden.

Weitere Informationsquellen stellen unsere Homepage sowie der „VinzenzBlick“, unsere regionale Hauszeitung, dar, welche zwei- bis viermal jährlich erscheint.

Aus aktuellen Anlässen werden ferner Informationsschreiben der Geschäftsleitung bzw. der Fachabteilungen an alle Mitarbeitenden mit der Gehaltsabrechnung versendet.

Wir gehen daher von einer eher überdurchschnittlichen Transparenz in unserem Unternehmen aus.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung		1			
Auditoren- einschätzung		1			

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Führungskräfte werden, wie alle anderen Mitarbeitenden, durch die Geschäftsführung eingestellt. Bei Mitarbeitenden erfolgt die Einstellung aufgrund der Empfehlung durch den jeweiligen Abteilungsleiter. Ein Probearbeiten vor Eistellung ist gewünscht und wird ermöglicht. Hierbei wird auch die Meinung des Teams berücksichtigt.

Die Einstellungsunterlagen und die Konditionen werden dem Betriebsrat zur Mitbestimmung vorgelegt.

Feedback ist uns wichtig und findet regelmäßig in den Mitarbeitergesprächen statt. Hier hat der Mitarbeitende die Möglichkeit, seine Zufriedenheit mit dem Vorgesetzten zu thematisieren.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Anhörung der Teams
- Anonyme Beurteilungen der Führungskräfte durch die Mitarbeitenden

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung		1			
Auditoren- einschätzung			2		

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Mitarbeitende sind in alle Entscheidungen, die ihren direkten Arbeitsplatz betreffen, involviert. Verbesserungsvorschläge sind immer willkommen und werden nach Möglichkeit aufgenommen und umgesetzt. Hierzu finden beispielsweise regelmäßige Teambesprechungen statt. Während Möglichkeiten zur Mitentscheidung derzeit vom einzelnen Mitarbeitenden eher selten wahrgenommen werden, ist der Betriebsrat in relevante Themen einbezogen und bringt sich aktiv ein. So war beispielsweise die im September 2017 vorgenommene Gehaltserhöhung um 2% für alle Mitarbeitenden eine gemeinsame Entscheidung zwischen Betriebsrat und Geschäftsführung.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Einführung regelmäßiger Befragungen der Mitarbeitenden

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung		1			
Auditoren- einschätzung			3		

Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates

In der Vinzenz Service GmbH gibt es bereits seit Gründung 2004 dauerhaft eine Mitarbeitervertretung bzw. einen Betriebsrat. Die Mitarbeitenden werden aktiv zur Mitarbeit im Betriebsrat ermutigt. So wurde beispielsweise eigens für die Betriebsratswahl 2018 ein Flyer erstellt und finanziert. Ferner erhalten alle Betriebsratsmitglieder auf Wunsch die Möglichkeit, sich weiterzubilden.

	0 bis 200 Minuspunkte
Selbstein- schätzung	0
Auditoren- einschätzung	0

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Derzeit akquirieren wir Neukunden nur passiv, d.h. wir bearbeiten eingehende Anfragen oder Ausschreibungen, aber betreiben keine offensive Werbung. In der Regel kommen Interessenten aufgrund von Empfehlungen unserer bestehenden Kunden auf uns zu (Mund-zu-Mund-Empfehlungen). Durch eine gleichbleibend hohe Qualität unserer Produkte und unseres Services haben wir uns einen entsprechenden Ruf als zuverlässiger und fairer Partner am Markt erarbeitet.

Basis jeglicher Zusammenarbeit sind unsere Unternehmenswerte (siehe Kurzvorstellung).

Bereits im Erstgespräch findet ein Abgleich dieser Werte mit dem Werteverständnis des potentiellen Kunden statt. Wir sind kein "Billiganbieter", sondern liefern ein individuell zugeschnittenes Nischenprodukt.

Kundenwünsche sind bereits für die Angebotserstellung maßgeblich. Hier sind wir sehr transparent in dem, was wir können oder auch nicht können, um gegenseitig keine falschen Erwartungen zu wecken. Im persönlichen Gespräch und im Rahmen von „Runden Tischen“ findet ein Dialog über die Kundenwünsche statt.

Wir haben in unserem QM-System ein Beschwerdemanagement installiert, welches sicherstellt, dass jede eingehende Beschwerde aufgenommen, an die jeweilige Stelle zur Bearbeitung weitergeleitet und von der Geschäftsführung zur Kenntnis genommen wird. Jeder Beschwerdeführer erhält eine Rückmeldung, welche Folgen seine Beschwerde hatte.

Die Kosten für das Marketing finden sich in unserem Wirtschaftsplan in den Gesamtkosten für die Verwaltung wieder. Unsere Planzahlen für 2017 wurden in diesem Bereich für das Jahr 2017 eingehalten. Im Jahr 2017 haben wir 14.410 Euro für Marketing und Werbung ausgegeben (inkl. Stellenanzeigen), was einem Anteil von 0,3 % des Umsatzes entspricht.

Verkaufsmitarbeiter in diesem Sinne gibt es nicht. Im weiteren Sinne könnten unsere Servicemitarbeitenden als Verkaufsmitarbeiter gesehen werden. Diese erhalten ausnahmslos ein Fixgehalt, umsatzabhängige Gehaltsbestandteile gibt es nicht (Ausnahme im Servicebereich: Teamleiter-Zulage berechnet sich nach der Umsatzhöhe des jeweiligen Objekts). Ebenso gibt es keine internen Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung				6	
Auditoren- einschätzung				6	

D1.2 Barrierefreiheit

Mit einem Großteil unserer Dienstleistungen wenden wir uns an Einrichtungen aus den Bereichen Bildung bzw. Gesundheits- und Sozialwesen. Dies hat zur Folge, dass der Endkunde unsere Produkte und Dienstleistungen nur dann nutzen kann, wenn er in Verbindung zu der jeweiligen Einrichtung steht. Im Falle der Schulen, die mit einem Online-Vorbestellsystem arbeiten, ist zusätzlich die Anmeldung zu unserem System notwendig. Dieses System bietet uns die Möglichkeit, individuelle Abrechnungsmöglichkeiten umzusetzen. So ist es z. B. möglich, Kindern, die Leistungen aus dem Bildungs- und Teilhabepaket erhalten, die gleichen Zugangsmöglichkeiten zu unserem Schulesen zu ermöglichen und die Kosten dann mit dem jeweiligen Kostenträger (Landratsamt, Jobcenter, ...) abzurechnen, ohne dass dies anderen Schülern oder unseren Ausgabemitarbeitern ersichtlich ist. So können wir eine Benachteiligung dieser Kinder nachhaltig unterbinden. Der Umsatzanteil in diesem Bereich bezogen auf den Bereich der Schulverpflegung beträgt 0,9%.

Generell haben wir keine festen Preislisten oder Konditionen. Diese werden für jeden Kunden individuell und seinen Anforderungen entsprechend kalkuliert, so dass kein Kunde gegenüber einem anderen benachteiligt wird.

Unsere Speisepläne werden individuell an die Bedürfnisse der jeweiligen Kundengruppe angepasst. Speisepläne für Schulen unterscheiden sich von Speiseplänen für Pflegeeinrichtungen, bei denen wir großen Wert auf seniorengeeignete Speisen legen. Darüber hinaus bieten wir unsere Menülinie Passacare® an, welche speziell für Menschen mit Kau- und Schluckbeschwerden entwickelt wurde. Im Berichtszeitraum wurden 12,2% der an Pflegeeinrichtungen ausgelieferten Mittagessmahlzeiten als Passacare®-Menüs produziert.

Unser Dienstleistungszentrum mit Zentralküche ist zudem nahezu barrierefrei gebaut.

Große Türen, ein behindertengerechter Aufzug und ein Behinderten-WC bieten Mitarbeitenden und Besuchern barrierefreien Zugang.

Unsere Homepage kann auf Großschrift umgestellt werden, um Menschen mit einer Sehbehinderung das Lesen zu erleichtern.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung					7
Auditoren- einschätzung					8

Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

Das jährliche Werbebudget der Vinzenz Service GmbH ist sehr gering (siehe hierzu auch D1.1.). Daher gehen unsere Werbemaßnahmen nicht über eine informative Homepage und vereinzelte Werbeanzeigen hinaus. Diese dienen in erster Linie der Sicherstellung unserer Auffindbarkeit. Wir betreiben keine unethischen Werbemaßnahmen:

- Wir bezahlen keine Boni für Verkaufsabschlüsse an unsere Mitarbeitenden, benennen keine fixen Verkaufszahlen und gehen bei unserer Zukunftsplanung, auch im Zuge einer

Risikobewertung, in der Regel von stabilen bzw. nur leicht steigenden Umsatzzahlen aus.

- Wir richten unsere Angebote an den Bedürfnissen und dem Bedarf unserer Kunden aus.
- Wir verwenden die uns anvertrauten Kundendaten jeweils nur für den jeweils angedachten Zweck und halten Datenschutzvorgaben ein. Eine Weitergabe von Kundendaten an Dritte findet nur im Rahmen der Auftragsdatenverarbeitung und nicht zu Werbezwecken statt.
- Unsere Werbung ist realistisch und bedient keine sexistischen oder stereotypen Klischees.
- Wir werben ausschließlich mit Werten, für die wir in unserem Alltag und mit unserer Unternehmenskultur stehen.
- Wir betreiben keine Massenwerbung oder Werbung, die Kinder und Jugendliche unter Druck setzt.
- Wir wenden keine Verkaufsstrategien des Multi-Level-Marketings bzw. Schneeballsysteme an.
- Unsere Preise sind marktüblich und angemessen.
- Wir bieten unseren Kunden keine Lockangebote unter Einstandspreis an.
- Überkonsum wird von uns nicht forciert.
- Wir betreiben keine aufdringliche Werbung, Vertreterbesuche finden nur auf Wunsch eines Interessenten statt.
- Wir betreiben keine kostenpflichtige Hotline.

	0	bis	200
Selbsteinschätzung	Minuspunkte		
	0		
Auditoreinschätzung	0		

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmern

Die Unternehmenskultur der Vinzenz Service GmbH und unser Werteverständnis bedingen eine wertschätzende Grundhaltung sowie ein Verhalten auf Augenhöhe gegenüber anderen Unternehmen. Wir gehen aktiv auf andere Unternehmen zu, Kooperationen finden jedoch hauptsächlich mit unseren Geschäftspartnern statt, siehe hierzu auch unsere Homepage (<https://www.vinzenz-service.de/ueber-uns/den-partnern-und-der-region-verbunden/>).

Wir vernetzen uns regional, z.B. auf Ebene des InnoNetz Sigmaringen.

Gelegenheiten zur weitergehenden Kooperation haben sich in der Vergangenheit nicht ergeben, wären von uns für die Zukunft jedoch gewünscht. Einen entsprechenden Zeit- oder Ressourcenaufwand haben wir in der Vergangenheit nicht erhoben oder dokumentiert.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung			2		
Auditoren- einschätzung			3		

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Bei der Vinzenz Service GmbH besteht prinzipiell die Bereitschaft zu solidarischem Handeln. Gerne sind wir bereit, unser Wissen und unsere Erfahrungen auf Anfrage zu teilen. Arbeitskräfte, Aufträge oder Finanzmittel wurden in der Vergangenheit nicht an andere Unternehmen weitergegeben. Interessenten, denen wir kein adäquates Angebot machen können, empfehlen wir an Mitunternehmen weiter.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung		1			
Auditoren- einschätzung		1			

Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Der unternehmerische Erfolg der Vinzenz Service GmbH basiert nicht auf Kosten anderer Unternehmen. Deshalb findet in unserer Kommunikation kein wertender Vergleich mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen statt. Wir verfolgen keine Dumping-Preis-Strategien oder treffen verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen. Unsere Unternehmensstrategie ist nicht auf die Maximierung von Marktanteilen hin ausgerichtet, da wir eine Nische bedienen.

	0 bis 200 Minuspunkte
Selbstein- schätzung	0
Auditoren- einschätzung	0

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

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

Der größte Umsatzbereich der Vinzenz Service GmbH stellt die Gemeinschaftsverpflegung dar. Bei der Inanspruchnahme unseres Angebotes entstehen ähnliche ökologische Auswirkungen, wie sie auch bei der Speisenzubereitung im Haushalt anfallen würden:

- Energieverbrauch (Licht, Heizung, Kochen, Kühlen)
- Emissionen durch den Transport
- Verpackungsabfall und Speisereste

Wir versuchen die ökologischen Auswirkungen durch ein energiesparendes Verhalten und entsprechende (moderne) Geräte sicherzustellen. Emissionen durch den Transport kompensieren wir teilweise (CO₂-Neutralität). Durch den Einkauf von Großgebinden versuchen wir, auf möglichst viel Verpackungsmüll zu verzichten.

Die Reduktion von Speiseresten liegt uns sehr am Herzen. Aus diesem Grund wurde bereits 2008 ein Vorbestellsystem für unsere Speisen eingeführt. Dadurch produzieren wir exakt die Mengen an Speisen, die tatsächlich benötigt werden. Kundengruppenspezifische Portionierungen stellen eine Vermeidung von Überportionierungen sicher. Um dies zu optimieren, erstellte eine Studentin der Fachhochschule Sigmaringen uns im Berichtszeitraum eine Bachelorthesis, um die derzeitigen Mengen an Speiseresten zu analysieren, gegebenenfalls Handlungsbedarf zu identifizieren und Sensibilisierungsmaßnahmen durchzuführen. Dieses Projekt wird auf Basis der Ergebnisse in 2018 fortgeführt und erweitert.

Unsere Speisen sind in Teilen biozertifiziert.

Mit Aktionen, wie beispielsweise der Teilnahme an den Nachhaltigkeitstagen des Landes Baden-Württemberg versuchen wir, Mitarbeitende und Kund*innen für ein umweltschonendes und regionales Essen zu sensibilisieren.

Generell verfolgen wir also eine Strategie, um negative ökologische Auswirkungen unseres Handels zu minimieren, stoßen jedoch bei der Datenerhebung und bei unseren Einflussmöglichkeiten an Systemgrenzen. So haben wir beispielsweise keinen Einfluss darauf welcher Strom-Mix bei einem Kunden vor Ort verwendet wird, wenn z.B. unsere Mitarbeiter beim Kunden essen regenerieren.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschritten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbsteinschätzung			2		
Auditoreinschätzung		1			

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

Durch einen maßvollen Konsum und die Vermeidung der Nutzung unnötiger Produkte oder Dienstleistungen kann eine gesamtgesellschaftliche Reduktion ökologischer Auswirkungen erreicht werden. Generell ist die Nutzung unserer Produkte und Dienstleistungen sinnvoll und unsere Produktion am Bedarf unserer Kunden ausgerichtet, denn wir stillen lediglich ein Grundbedürfnis von Menschen, z.B. von Kindern in der Schulmensa. Im Rahmen der Gemeinschaftsverpflegung kann eine hohe Effizienz erreicht werden. In unserem Alltag versuchen wir, Suffizienz zu fördern, indem wir

- Überproduktionen vermeiden
- Komponentenbestellungen ermöglichen, damit vor Ort möglichst nur die Lebensmittel angeliefert werden, die auch verzehrt werden
- Unterschiedliche Portionierungen für unterschiedliche Kundenkreise anwenden und diese regelmäßig optimieren
- Kunden nicht z.B. durch All-you-can-eat-Aktionen zu einem Mehrkonsum anregen

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrittenen 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbsteinschätzung			2		
Auditoreinschätzung			3		

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

Die negativen ökologischen Auswirkungen bei der Nutzung unserer Produkte und Dienstleistungen sind nicht unangemessen, da wir uns an den Grundbedürfnissen von Menschen orientieren. Eine übermäßige Nutzung unserer Produkte und Dienstleistungen (z.B. durch eine entsprechende Preisgestaltung) fördern wir nicht.

	0 bis 200 Minuspunkte
Selbsteinschätzung	0
Auditoreinschätzung	-2

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

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

Generell pflegt die Vinzenz Service GmbH einen engen Kontakt zu ihren Kund*innen. Dieser beginnt bereits bei der Homepage, auf der alle relevanten Ansprechpartner einschließlich der Geschäftsführung zu finden sind. Darüber hinaus kann der Kunde über unsere Vertriebsmailadresse oder unsere Telefonzentrale mit uns in Kontakt treten.

Ebenso wie alle unsere anderen Dienstleistungen findet auch die gemeinsame Weiterentwicklung zusammen mit jedem Kunden in der Weise statt, wie er es sich für seine Einrichtung wünscht. So werden in den von uns belieferten Mensen und Kantinen Umfragen durchgeführt, sofern der jeweilige Träger dies wünscht. Mindestens einmal jährlich finden Runde Tische statt, an denen wir uns mit allen Interessenvertretern (z. B. Schulleitung, Verwaltung, Elternbeirat, SMV) austauschen und Wünsche und Anregungen aufgreifen.

Wir haben ein Beschwerdemanagement, welches sicherstellt, dass zum einen die betroffene Abteilungsleitung und die Geschäftsführung von der Beschwerde Kenntnis erhalten und zum anderen der Beschwerdeführer eine Rückmeldung zu seinem Anliegen erhält. Verbesserungsvorschläge werden auf Machbarkeit geprüft und umgesetzt.

Als Beispiele für mit unseren Kunden gemeinsam entwickelten Neuerungen, welche teilweise auch als Ziele in unserer Balanced Score Card 2018/19 verankert sind, können genannt werden:

- Entwicklung der Menülinie „Passacare® Abendessen“ in Zusammenarbeit mit den Pflegeeinrichtungen der Vinzenz von Paul gGmbH Soziale Dienste und Einrichtungen
- Neu-Einführung eines Salatbuffets in einer Schulmensa auf Anregung der Schulleitung
- Teilnahme am „Tag der Schulverpflegung“ in allen von uns belieferten Mensen
- Durchführung der Sommeraktion „Wunschwochen für Senioren“ in den Pflegeeinrichtungen der Vinzenz von Paul gGmbH
- Gesundheitstag in einer von uns belieferten Betriebskantine

Es lässt sich erkennen, dass es sich hierbei in erster Linie um kundenorientierte Angebotsverbesserungen handelt, welche teilweise zumindest einen höheren Gesundheitsnutzen haben. Kundenseitig gewünschte Veränderungen, welche auf ökologische Themen abzielen, sind bisher eher selten.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung				5	
Auditoren- einschätzung				6	

D4.2 Produkttransparenz

Die Vinzenz Service GmbH versucht ihre Produkte und Dienstleistungen möglichst transparent darzustellen. Diese können beispielsweise auf unserer Homepage gut nachgelesen werden und sind somit jedem Interessierten zugänglich. Unsere regionalen Lieferanten sind online einsehbar („Den Partnern und der Region verbunden“). Selbstverständlich erfüllen wir alle gesetzlichen Vorschriften in Bezug auf Deklaration und Rückverfolgbarkeit wie z.B. die vollständige Zusatzstoff- und Allergenkennzeichnung. Bio-Lebensmittel werden entsprechend ausgelobt Die Zutaten in unseren Rezepturen sind im Warenwirtschaftssystem definiert und können z.B. bei speziellen Allergien oder Unverträglichkeiten erfragt werden.

Für unsere Kunden ebenso wie für andere Interessierte bieten wir Küchenführungen und Firmenpräsentationen an.

Die Preisbestandteile unserer Produkte und Dienstleistungen veröffentlichen wir nicht. Das Ausmaß der externalisierten Kosten unserer Produkte und Dienstleistungen ist uns nicht bekannt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Wertschöpfungskette thematisieren

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung		1			
Auditoren- einschätzung		1			

Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Der Negativ-Aspekt D4.3. trifft für die Vinzenz Service GmbH nicht zu da wir keine Gefahrenstoffe herstellen oder durch die Verwendung unserer Produkte oder Dienstleistungen Gebrauchs-Risiken entstehen.

	0 bis 200 Minuspunkte
Selbstein- schätzung	0
Auditoren- einschätzung	0

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

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

Den Hauptumsatzträger der Vinzenz Service GmbH stellt die Gemeinschaftsverpflegung dar. Die gesellschaftliche Veränderung des Lebensstils und der demografische Wandel führen dazu, dass sich immer mehr Menschen außer Haus verpflegen, sei es in einer stationären Pflegeeinrichtung, während der Arbeitszeit im Betrieb, in der Ganztageschule oder während der Betreuung in der Kita.

Diesen Menschen ein vollwertiges, regionales und gesundes Mittagessen zu bieten stellt eine Dienstleistung von großem gesellschaftlichem Nutzen dar.

Wenn es darum geht, welchen Beitrag ein Unternehmen zum Gemeinwohl leistet, stellt sich also grundsätzlich die Frage, ob das Unternehmen (entbehrliche) Luxusgüter herstellt oder Grundbedürfnisse für das einfache und gute Leben von Menschen erfüllt.

Folgende neun Bedürfnisse sind nach M.Max-Neef und M.Rosenberg als menschliche Grundbedürfnisse zu sehen:

- Lebenserhaltung / Gesundheit / Wohlbefinden
- Schutz / Sicherheit
- Zuneigung / Liebe
- Verstehen / Einfühlung
- Teilnehmen / Geborgenheit
- Muße / Erholung
- Kreatives Schaffen
- Identität / Sinn
- Freiheit / Autonomie

Die 17 Sustainable development goals (SDG) sind das Kernstück der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung mit der die internationale Staatengemeinschaft die Grundlage dafür schafft, weltweiten wirtschaftlichen Fortschritt im Einklang mit sozialer Gerechtigkeit und im Rahmen der ökologischen Grenzen der Erde zu gestalten. Im Einzelnen lauten diese Ziele:

1. Keine Armut
2. Kein Hunger
3. Gesundheit und Wohlergehen
4. Hochwertige Bildung
5. Geschlechtergleichheit
6. Sauberes Wasser und Sanitäre Einrichtungen
7. Bezahlbare und saubere Energie
8. Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
9. Industrie, Innovation und Wirtschaftswachstum
10. Weniger Ungleichheiten
11. Nachhaltige Städte und Gemeinden
12. Nachhaltiger Konsum und Produktion
13. Maßnahmen zum Klimaschutz
14. Leben unter Wasser

- 15. Leben an Land
- 16. Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen
- 17. Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

Unsere Dienstleistungen decken die grundlegenden Bedürfnisse unserer Kund*innen nach

- Lebenserhaltung / Gesundheit / Wohlbefinden, z.B. durch gesunde, regionale und in Teilen biologisch erzeugte Lebensmittel
- Verstehen / Einfühlen, z.B. durch die kundenspezifische Interaktion unserer Mitarbeitenden bei der Essensausgabe oder bei der Berücksichtigung von Kundenbedürfnissen bei der Speiseplanung
- Teilnehmen / Geborgenheit, z.B. bei der Teilnahme an einem gemeinschaftlichen Essen ohne Ausschluss benachteiligter Personen, z.B. Kinder, die durch das Bildungs- und Teilhabepaket unterstützt werden oder Senior*innen mit Kau- und Schluckbeschwerden, die durch Passacare® am gleichen Essensangebot teilnehmen können wie ihre Tischnachbarn
- Muße / Erholung, z. B. durch ein schmackhaftes Essen in einer entspannten Atmosphäre
- Identität / Sinn, z.B. durch das Respektieren individueller und identitätsstiftender Ernährungsgewohnheiten

Somit leisten wir mit unserer Tätigkeit einen wertvollen Beitrag zur Lebensqualität unserer Gäste und im erweiterten Zusammenhang auch für unsere Mitarbeitenden durch eine sinnstiftende Tätigkeit in unserem Unternehmen. Darüber hinaus dient unsere Dienstleistung und unsere Handeln einer Vielzahl der SDG, z.B. durch unseren Einsatz für Gesundheit und Wohlbefinden, unsere Bemühungen um Geschlechtergleichheit und menschenwürdiges Arbeiten und unser Werben für einen nachhaltigen Konsum zum Schutze von Umwelt und Ressourcen.

Keine unserer Dienstleistungen ist ein entbehrliches Luxusprodukt. Mit unserem Tun sichern wir Arbeitsplätze in der Region und fördern die Entwicklung von Menschen und nachhaltigem Wirtschaften.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Verstärktes Sensibilisieren bei unseren Kunden und Mitarbeitenden für die Ziele der Agenda 2030 und tiefere Überprüfung, welche Aktivitäten wir zur Erreichung dieser Ziele in der Zukunft verstärkt vorantreiben können.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung				6	
Auditoren- einschätzung				6	

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Die Vinzenz Service GmbH erreicht mit ihren Produkten und Dienstleistungen die unterschiedlichsten Personenkreise, unter anderem Senioren in Pflegeeinrichtungen sowie Kinder und Jugendliche und deren Angehörige. Wir möchten mit unserem Handeln Vorbild sein und ein Umfeld schaffen, in welchem sich Menschen wohl fühlen. Aktionen, wie z. B. die Teilnahme an den Nachhaltigkeitstagen des Landes Baden-Württemberg, die Durchführung von Wunschwochen für Senioren oder unsere Projekte zur Reduktion von Speiseresten sollen für Belange unserer Umwelt sensibilisieren und die Bedürfnisse von Menschen berücksichtigen. Die von uns hergestellten Speisen stellen in vielen Fällen eine Alternative zu Fast-Food dar. So lernen beispielsweise Kinder in der Mensa etwas über eine gesunde Ernährung und Esskultur und tragen dieses Wissen in ihre Familien. Ziel wäre, bei unseren Berührungsgruppen eine Einstellungsänderung zu erreichen, die auch einen Wandel der Verhaltensmotive und vielleicht sogar des Lebensstils der betreffenden Personen bewirkt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Erfassen und Dokumentieren bewusstseinsbildender Maßnahmen sowie des Wirkungsgrades

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung			2		
Auditoren- einschätzung			4		

Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Der Negativaspekt E 1.3. trifft auf die Vinzenz Service GmbH nicht zu. Wir bemühen uns stets im Rahmen unserer Möglichkeiten um besserwertigere Alternativen. So schließen wir beispielsweise den Einsatz von gentechnisch veränderten Lebensmitteln aus und arbeiten mit Unternehmen zusammen, die uns dies garantieren können, z. B. ALB-GOLD Teigwaren GmbH.

	0 bis 200 Minuspunkte
Selbstein- schätzung	0
Auditoren- einschätzung	0

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Der Umsatz der Vinzenz Service GmbH (ohne Landhotel Allgäuer Hof) belief sich in 2017 auf 5.571.319 EUR. Umsätze, die mit Dritten getätigt werden, sind hierbei der Ertragssteuer zu unterwerfen. Einen weiteren Beitrag zum Gemeinwesen leistet das Unternehmen durch die Arbeitgeber-Anteile zur Sozialversicherung. Ein indirekter Beitrag erfolgt durch die Sozialversicherungsbeiträge, die die Mitarbeiter in die Sozialversicherung einbezahlen sowie die Lohnsteueranteile aus den ausbezahlten Löhnen und Gehältern. Die Ermittlung dieser Beträge erfolgt maschinell und wird transparent ausgewiesen.

Der oben genannte Umsatz gliedert sich wie folgt:

- Speiseversorgung inkl. Serviceleistungen 65 %
- Verwaltungsleistungen 30 %
- Haustechnik- und Logistikleistungen 5,00 %

Im Berichtszeitraum wurde auf Grund des Verlustvortrags aus Vorjahren keine Körperschaftsteuer bezahlt.

Im Rahmen der Lohn- und Gehaltsabrechnung wurde in 2017 ein lohnsummenabhängiger Betrag von 322.952 EUR ermittelt und an die Finanzbehörden abgeführt. Der Arbeitgeberanteil zur Sozialversicherung belief sich in 2017 auf 419.975 EUR.

Zusätzlich wurden in die Sparkassenpensionskasse arbeitgeberseitig Beiträge von 53.450 EUR einbezahlt. Von der Berufsgenossenschaft wurden Beiträge in Höhe von 44.337 EUR erhoben.

Die Bruttolohnsumme (AN-brutto) betrug im Berichtszeitraum 2.194.587 EUR, die Nettolohnsumme (Gehaltsauszahlung) 1.541.801 EUR, so dass eine Differenz von 652.786 EUR errechnet werden kann.

Der Gewinn vor Steuern betrug:	232.334 EUR
Fremdkapitalzinsen:	584 EUR
Mieterlöse:	2.100 EUR
Summe:	235.018 EUR

Die Nettoabgabenquote beträgt $652.786 \text{ EUR} / 235.018 \text{ EUR} = 2,78$, so dass die Abgaben, welche die Vinzenz Service GmbH leistet, fast dreimal so hoch sind wie der Gewinn. In Relation zu den Umsatzerlösen liegt die Abgabenquote bei 11,71%.

Im Berichtszeitraum hat die Vinzenz Service GmbH keinerlei Förderungen oder Subventionen erhalten.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung			2		
Auditoren- einschätzung				5	

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Die Vinzenz Service GmbH unterstützt seit vielen Jahren Initiativen und Projekte, die den Menschen in den Mittelpunkt stellen. In 2017 wurde dem ehrenamtliche Engagement der Mitarbeiter in der Vinzenz Service GmbH und deren Muttergesellschaft, der Vinzenz von Paul gGmbH besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Diese konnten sich um eine Spende für „ihre“ Projekte bewerben. Eine unabhängige Jury, bestehend aus Kunden- und Lieferantenvertretern und dem Seelsorge- und Ethikbeauftragten der Vinzenz von Paul gGmbH, hat folgende Projekte ausgewählt:

1. Verein für Freude und Förderer für das Haus für Senioren Langenenslingen e.V. für Aktionen mit Heimbewohnern („Abwechslung über den Heimalltag hinaus“ und „Bewohner machen Urlaub“)
2. Nachbarschaftshilfe „Hilfe von Haus zu Haus e.V.“, Inzigkofen
3. Spende für einen „Mobilen Sinneswagen“ für die Demenzstation St. Paul, Bad Saulgau
4. Verein „Bürger helfen Bürgern Bad Saulgau e.V.“

Darüber hinaus wurde das Haus St. Bernhard mit einem Beitrag für das Projekt „Backhäusle“ unterstützt, das nicht nur den Bewohnern und ihren Angehörigen zur Verfügung steht, sondern auch einen aktiven Beitrag zur Gemeindefarbeit leistet.

Insgesamt wurden Geldspenden in Höhe von 5.090 EUR getätigt.

Die Missionsprokura Vinzenz von Paul in Tansania, die sich in der Bildungsarbeit von Kindern und Jugendlichen engagiert, wurde mit zusätzlichen 2.000 EUR unterstützt.

Im Berichtszeitraum nahmen wir auf unser finanzielles Risiko als Speisenversorger bzw. Aussteller am Ökumenischen Kirchenfest und bei der Messe Gesundheitsforum teil.

Weiterhin hat die Vinzenz Service GmbH zwei Praktikumsplätze für die Kochausbildung an der Liebfrauenschule, Sigmaringen, zur Verfügung gestellt und den Förderverein finanziell unterstützt. Regelmäßig begleiten wir Studenten der Fachhochschule Sigmaringen in ihren Projekten und Bachelor-Arbeiten, um jungen Menschen einen Wissenstransfer in die Praxis zu ermöglichen. Die Zeitressourcen, welche wir hierfür insgesamt aufwenden, haben wir bislang nicht dokumentiert.

Allen unseren Mitarbeitenden steht ein vergünstigter Mittagstisch zur Verfügung. Ab einer Betriebszugehörigkeit von sechs Monaten bietet die Vinzenz Service GmbH ihren Mitarbeitenden einen arbeitgeberfinanzierten Beitrag zu deren privater Altersvorsorge in Höhe von 4 % des jeweiligen Bruttoeinkommens. In 2017 wurden hierfür 53.450 EUR aufgewendet.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Systematische Dokumentation sämtlicher freiwilliger Beiträge zum Gemeinwohl (inkl. Stundendokumentation)

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrittenen 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbsteinschätzung		1			
Auditoreinschätzung		1			

Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

Der Bereich E 2.3. trifft auf die Vinzenz Service GmbH nicht zu. Wir erbringen unsere Leistungen im Bundesland Baden-Württemberg und in geringem Umfang in Bayern. Internationale Finanztransaktionen finden nicht statt. Im Zuge der Jahresabschlussprüfung der Muttergesellschaft wird der Jahresabschluss der Vinzenz Service GmbH jährlich freiwillig von einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und testiert.

	0 bis 200 Minuspunkte
Selbsteinschätzung	0
Auditoreinschätzung	0

Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention

Die Korruptionsrisiken werden als gering eingeschätzt. Durch eine schlanke Verwaltung ist die Geschäftsführung in alle Investitionen, Ein- und Verkaufsvereinbarungen eingebunden – in der Umsetzung wird auf ein durchgängiges Vier-Augen-Prinzip geachtet. Kundengeschenke werden entsprechend einer langjährigen mündlichen Gepflogenheit entsprechend zentral gesammelt und im Rahmen der jährlichen Weihnachtsfeier in die Mitarbeiter-Tombola eingebracht.

Der Kontakt zu behördlichen und politischen Entscheidungsträgern erfolgt offen und transparent. Das Unternehmen verzichtet auf jegliche Art von Lobbying und auf die Unterstützung politischer Parteien.

	0 bis 200 Minuspunkte
Selbsteinschätzung	0
Auditoreinschätzung	0

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Unternehmen haben eine besondere Verantwortung bei der globalen Aufgabe der Überschreitung planetarer Grenzen entgegenzuwirken. Ziel aller Prozesse im Unternehmen sollte es sein, die negativen Umweltauswirkungen so gering wie möglich zu halten.

In diesem Abschnitt soll es in erster Linie um den Bericht über die fixen ökologischen Auswirkungen unserer Produkte gehen, also diejenigen, die durch die Bereitstellung und Aufrechterhaltung des Betriebes anfallen. Hier sind als die wichtigsten Auslöser ökologisch negativer Auswirkungen zu betrachten (siehe hierzu auch Kapitel A1.3.):

Strom:

Den Strom für den Firmensitz in Sigmaringen beziehen wir von den Stadtwerken Sigmaringen. Zwei eigene Wasserkraftwerke, mehrere Blockheizkraftwerke und Photovoltaikanlagen sind wichtige Bausteine einer nachhaltigen und umweltschonenden Energiepolitik der Stadtwerke Sigmaringen. Der von uns bei den Stadtwerken Sigmaringen bezogene Strom setzt sich aus folgendem Mix zusammen: 3% Kernenergie, 13 % Kohle, 3 % Erdgas, 1% fossile Energieträger, 46% erneuerbare Energien, 34 % sonstige regenerative Energien.

Im Berichtszeitraum haben wir eine Strommenge von 248.244 kWh von den Stadtwerken bezogen, was einem CO₂-Äquivalent 129,1t entspricht.

Um unseren Stromverbrauch aktiv zu reduzieren, haben wir in der Zentralküche eine Wärmerückgewinnung im Lüftungssystem und in der Spülmaschine.

Energie für Heizung und Küche (Erdgas):

In der Zentralküche wird als weiterer wichtiger Energieträger Erdgas verwendet, welches ebenfalls von den Stadtwerken Sigmaringen bezogen wird. Erdgas gilt als ein sehr umweltfreundlicher fossiler Brennstoff, vor allem wegen der geringen Schwefeldioxid- und Kohlendioxid-Emissionen bei seiner Verbrennung. Erdgas verbrennt besonders schadstoffarm - ohne Ruß, ohne Staub und praktisch frei von Schwefelgasen. der Wärmeerzeugung, dem Heizen dient.

In der Zentralküche hatten wir im Berichtszeitraum einen Verbrauch in Höhe von 20.220 kWh (entspricht 2.284,86m³, entspricht 5,5t CO₂-Äquivalent), in der Verwaltung: 192.351 kWh (entspricht 21.735,66m³, entspricht 52,6t CO₂-Äquivalent).

Wasser:

Im Berichtszeitraum verbrauchten wir 5.040m³, es entstand Niederschlagswasser in einer Menge von 1.876m³

Papier und Drucker:

Im Berichtszeitraum wurden 147.500 Blatt Papier (752,25kg) verbraucht. Die von uns verwendeten Toner werden recycled und wiederbefüllt.

Fuhrpark:

Zur Erfüllung unserer täglichen Aufgabe sind wir auf Fahrzeuge zur Essensauslieferung sowie in der Haustechnik angewiesen. Für einen Großteil unserer sonstigen Dienstfahrten sind wir ebenfalls auf PKW angewiesen, da die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln aufgrund unserer ländlichen Lage und der ÖPNV-Infrastruktur schwer umsetzbar ist.

Der gesamte Fuhrpark verbrauchte im Berichtszeitraum 21.583,89 Liter Benzin und Diesel. Der dadurch entstandene CO₂-Ausstoß in Höhe von 58,20t wurde über die myclimate Deutschland gGmbH kompensiert, indem eine freiwillige Umlage in Klimaschutzprojekte (Gold Standard Projekt) eingezahlt wurde. Hierzu besitzen wir ein Zertifikat (siehe Anhang).

Im Berichtszeitraum wurde ein alter LKW durch ein neues Fahrzeug mit Euronorm 6 ersetzt.

Landverbrauch:

Die Gesamtfläche unseres Firmengrundstücks beträgt 5.343m². Der Anteil der versiegelten Flächen (Dach und Boden) beträgt ca. 50% (2.630m²)

Abfall / Speisereste:

Wo immer möglich und sinnvoll trennen wir Abfall sortenrein und führen ihn der Wiederverwertung zu, z.B. Papier, Glas, Kunststoff. Speisereste werden über die Firma PigFit GmbH entsorgt, welche diese einer Vergärungsanlage zuführt und zur Biogaserzeugung verwendet. Alle unsere Aktivitäten in Bezug auf Entsorgung wurden im Zuge der Novelle der Abfallverordnung neu erfasst und fortlaufend dokumentiert.

Insbesondere die Reduktion von Speiseresten ist uns ein großes Anliegen, weshalb wir im Berichtszeitraum eine Bachelor-Thesis zu entsprechenden Optimierungsmöglichkeiten haben schreiben lassen.

Reinigungsmittel:

Im Berichtszeitraum wurden ca. 3,7t Reinigungs- und Desinfektionsmittel verbraucht, ein Großteil davon direkt in der Zentralküche. In dieser haben wir eine zentrale Dosieranlagen, welche Überdosierungen von Reinigungsmitteln durch Mitarbeitende verhindert. Reinigungs- und Desinfektionsmittel, die in konzentrierter Form und größerer Menge ein Umweltrisiko darstellen, werden über einer eigens dafür vorgesehenen Auffangwanne gelagert, um ein unkontrolliertes Abfließen, z.B. bei Beschädigung des Behälters, in das Abwasser zu verhindern.

Umweltschutz ist für die Vinzenz Service GmbH ein wichtiges Thema, welches wir bereits an vielen Stellen berücksichtigen. Allerdings sind wir derzeit noch nicht in der Lage, die geforderten Kennzahlen vollständig und systematisch zu erheben und zu dokumentieren.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Festlegung und Überwachung von messbaren Indikatoren zur Beurteilung der negativen ökologischen Auswirkungen
- Einführung eines zentralen Umweltmanagementsystems (Erstellung einer vollständigen CO₂-Bilanz, einer Energiebilanz, einer Chemikalienbilanz sowie einer Bilanz des Wasserverbrauchs)
- Überprüfung der Möglichkeiten dezentraler Energieerzeugung (z.B. Photovoltaik auf dem Firmengebäude)
- Kauf von emissionsarmen Fahrzeugen
- Erste Schritte auf dem Weg zu einem papierlosen Büro angehen

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung	0				
Auditoren- einschätzung	0				

E3.2 Relative Auswirkungen

Derzeit sind uns die ökologischen Auswirkungen unserer Produkte und Dienstleistungen im Vergleich zum Branchenstandard sowie im Vergleich zu Mitbewerbern im selben Geschäftsfeld bzw. der Region nicht bekannt. Da aber beispielsweise eine Bio-Zertifizierung oder ein CO₂-neutraler Fuhrpark aus unserer Wahrnehmung heraus noch nicht bei allen Unternehmen Standard sind, gehen wir davon aus, dass wir in Bezug auf unsere negativen ökologischen Auswirkungen über dem Branchendurchschnitt liegen.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung		1			
Auditoren- einschätzung		1			

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

Der Negativ-Aspekt E 3.3. trifft auf die Vinzenz Service GmbH nicht zu. Zu all unseren Aktivitäten liegen uns die erforderlichen Genehmigungen vor. Wir verstoßen weder gegen Umweltgesetze noch gegen andere Gesetze. Diesbezüglich liegen uns auch keine Beschwerden vor.

Zu unseren Nachbarn und Anrainern pflegen wir einen angenehmen Umgang. Auch hier sind uns keinerlei Beschwerden bekannt. Von uns verursachte Schäden sind uns nicht bekannt und wurden uns auch nicht gemeldet.

	0 bis 200 Minuspunkte
Selbstein- schätzung	0
Auditoren- einschätzung	0

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Um unser Unternehmen für Kunden, Interessierte und der Öffentlichkeit weitgehend transparent zugänglich zu machen, pflegen und aktualisieren wir alle relevanten Daten auf unserer Internetseite www.vinzenz-service.de möglichst in Text- und Bildform unter Berücksichtigung relativer Schriftgrößen für eine barrierefreie Nutzung.

Unternehmensdaten zur Gründung, Geschäftsführung, Mitarbeiterzahl, Kundenkreis und Anzahl produzierter Mahlzeiten am Tag sind veröffentlicht, unser Träger benannt und entsprechende Verlinkung gesetzt.

Leitende Werte unseres Handelns sind aufgeführt, ebenso unser Leistungsportfolio und ein Auszug unserer Lieferanten und Partner, zusätzlich mit Verlinkungen zu Partnerhomepages.

Einen visuellen Einblick bieten wir über unseren Unternehmensfilm auf unserer Startseite und unter der Rubrik "Hier kochen wir für Sie" zeigen wir in einer Bildfolge (24 Bilder) den realen Produktionsablauf in der Zentralküche am Beispiel einer Speisekomponente.

Mehr aktuelle Informationen, Publikationen und Speiseplan bieten wir unter "Aktuelles". Ansprechpartner mit Bild und Kontaktdaten sind einfach unter "Kontakt" zu finden und diese treten gerne auf Wunsch/Bedarf in den Dialog. Über unser Kontaktformular ist die einfache Kontaktmöglichkeit gegeben, Anfragen werden werktags taggleich beantwortet.

Bio-Zertifikat (nach EG-ÖKO Verordnung DE-ÖKO-007) und Urkunden (myclimate Deutschland gGmbH zur CO₂- Kompensation) sind eingepflegt.

Im Berichtszeitraum fanden ständige Aktualisierungen der Internetseite statt. Darüber hinaus wurden an einen festen Verteilerkreis der Jahresberichtes 2016 und drei Ausgaben des Firmenmagazins VinzenzBlick versandt.

Betriebsführungen und Küchenbesichtigungen ergänzen die vorgestellten Möglichkeiten, sich ein Bild von unserem Tun zu machen.

Dies ist der erste Gemeinwohlbericht, den die Vinzenz Service GmbH erstellt. Wir planen, diesen nach der Auditierung auf unserer Homepage zu veröffentlichen und an unsere Geschäftspartner*innen in gedruckter Version zu versenden. Wir möchten Vorbild sein und andere Unternehmen ermutigen, sich ebenfalls auf den Weg zu einem Gemeinwohlbericht zu machen und Transparenz zu leben. Für uns stellt der Gemeinwohlbericht neben einer rein finanziellen Berichterstattung eine optimale Möglichkeit dar, uns mit unseren Berührungsgruppen über Inhalte und Werte unseres Handelns auseinanderzusetzen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Veröffentlichung des Gemeinwohlberichts auf der Internetseite, Versendung des Berichts oder Exzerpt als pdf-Datei und/oder Printversion an Stakeholder nach Priorität und auf Anfrage an Interessenten.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung			2		
Auditoren- einschätzung			2		

Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung

Der Dialog mit unsern Berührungsgruppen wird in der Vinzenz Service GmbH aktiv gelebt. Wir sind dankbar für jede Form der Rückmeldung, sei sie positiv oder negativ, da dies immer zu einer Weiterentwicklung unserer Produkte und Dienstleistungen im Sinne des Kunden führt.

Jeder Interessierte findet auf unserer Homepage in der Rubrik „Kontakt-Ansprechpartner“ eine Übersicht unserer Ansprechpartner mit Funktion, Telefonnummer und email-Adresse. Somit ist jedem die Möglichkeit gegeben, direkt und persönlich mit dem richtigen Ansprechpartner in Kontakt zu treten.

Eine Dokumentation der Dialoge und des Anteils, wie sie in die Entscheidungsfindung einfließen, findet nicht statt.

Eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialoges, z.B. in Form eines Ethikkomitees haben wir nicht.

	Basislinie 0 Punkte	Erste Schritte 1 Punkt	Fortgeschrit- ten 2-3 Punkte	Erfahren 4-6 Punkte	Vorbildlich 7-10 Punkte
Selbst- einschätzung			2		
Auditoren- einschätzung			2		

Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Der Negativ-Aspekt E 4.3. trifft auf die Vinzenz Service GmbH nicht zu. Wir verbreiten keine Informationen über das Unternehmen, welche nicht der unternehmensinternen Realität entsprechen. Unser Unternehmen beeinflusst die öffentliche Meinung weder direkt noch indirekt durch Fehlinformationen. Unsere Veröffentlichungen orientieren sich an wissenschaftlich gesichertem Forschungsstand und widersprechen nicht der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte.

	0 bis 200 Minuspunkte
Selbstein- schätzung	0
Auditoren- einschätzung	0

Ausblick

Wie bereits in den einzelnen Kapiteln unter den Punkten „Verbesserungspotentiale / Ziele“ dargestellt, ergeben sich aus der Erstellung unseres ersten Gemeinwohlberichtes eine Reihe von Aufgaben und Zielen für die Zukunft.

Kurzfristige Ziele

In den nächsten ein bis zwei Jahren möchten wir in Bezug auf die Gemeinwohl-Ökonomie folgende Ziele verfolgen:

- Fortführung und Intensivierung regelmäßiger Besuche bei Partnerunternehmen
- Erarbeitung eines schlüssigen Lieferantenmanagementsystems inkl. Bewertungen
- Erstellung von schriftlichen und verbindlichen Einkaufsrichtlinien
- Überprüfung des derzeitigen Stromtarifs und ggf. Wechsel in einen Ökotarif der Stadtwerke Sigmaringen (sofern refinanzierbar)
- Stetige Erhöhung des Anteils an verarbeiteten Bio-Lebensmitteln
- Regelmäßige und strukturierte Befragung unserer Hausbank nach Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie
- Prüfung und Kalkulation einer Photovoltaik-Anlage für das Firmengebäude
- Installation einer Elektrotankstelle beim Firmengebäude
- Überarbeitung unserer Gefährdungsbeurteilungen
- Regelmäßige und strukturierte Befragung der Mitarbeitenden (unter anderem zur Gehaltszufriedenheit, zu den für den Arbeitsweg verwendeten Verkehrsmitteln, zur Zufriedenheit mit Vorgesetzten)
- Gründung der „Arbeitsgruppe Haustarif“
- Überprüfung der Notwendigkeit von Coffee-to-go-Bechern
- Einführung eines zentralen Umweltmanagementsystems (inkl. CO₂-Bilanz, Energiebilanz, Chemikalienbilanz, Bilanz des Wasserverbrauchs)

Langfristige Ziele

Langfristig, also in den kommenden drei bis fünf Jahren, möchten wir uns mit folgenden Zielen bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie auseinandersetzen:

- Einkauf von 100% ethisch unbedenklich eingekaufter Produkte
- Systematische Überprüfung der Zulieferkette hinsichtlich Umwelt, Produktion und Nachhaltigkeit und Diskussion des Themas Wertschöpfungskette mit Berührungsgruppen
- Fortführung der Strategie zur Erhöhung des Eigenkapitals durch entsprechende Gewinnverwendung
- Bei Fremdfinanzierungsbedarf: Ethikbanken berücksichtigen
- Erhaltung eines dauerhaft niedrigen Überstundenstandes
- Permanente Sensibilisierung der Mitarbeitenden für ökologisch sinnvolles Handeln
- Verstärkte Sensibilisierung bei unseren Berührungsgruppen für die Ziele der Agenda 2030 und tiefgehende Überprüfung, welche Aktivitäten wir zur Erreichung dieser Ziele in der Zukunft vorantreiben können
- Erfassung und Dokumentation bewusstseinsbildender Maßnahmen sowie des Wirkungsgrades

- Systematische Dokumentation sämtlicher freiwilliger Beiträge zum Gemeinwohl (inkl. Stundendokumentation)
- Einführung eines papierlosen Büros

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207)

Im Mai 2014 stimmte der Ministerrat der EU einer Richtlinie zu, die noch in nationales Recht umzusetzen ist. Die offenzulegenden Informationen (obligatorisch ab 500 Mitarbeitenden) sind

- Beschreibung des Geschäftsmodells. Was ist der Zweck des Unternehmens, womit wird Nutzen gestiftet für Kunden, wodurch werden Gewinne erwirtschaftet.
- Welche Politiken verfolgt das Unternehmen, um die Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption zu gewährleisten?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsprozesse in diesen Bereichen?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Bereichen?
- Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?
- Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

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. Die oben stehenden Fragen werden in unserem Gemeinwohlbericht an den genannten Stellen beantwortet:

1. Geschäftsmodell

siehe

- Allgemeine Informationen zum Unternehmen
- Kurzpräsentation des Unternehmens

2. Umweltpolitik

siehe

- A3 Ökologische Nachhaltigkeit der Zulieferkette
- B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung
- C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden
- D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen
- E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

3. Sozialpolitik

- A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette
- B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln
- C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge
- D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen
- E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen
- E2 Beitrag zum Gemeinwesen

4. Arbeitnehmer*innenpolitik

- C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz
 - C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge
 - C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden
 - C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
5. Umgang mit Menschenrechten
- A1 Menschenwürde in der Zulieferkette
 - A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette
 - A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
 - B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln
 - C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz
 - D1 Ethische Kund*innenbeziehungen
 - E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen
6. Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung
- E2.4. Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention
7. Primäre Risiken
- A1.2. Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette
 - A2.3. Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen
 - A3.2. Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette
 - B2.2. Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln
 - B4.2. Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahmen
 - C1.4. Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen
 - C2.4. Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung von Arbeitsverträgen
 - C3.4. Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung
 - C4.4. Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates
 - D1.3. Negativ-Aspekt: Unethische Webmaßnahmen
 - D2.3. Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern
 - D3.3. Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen
 - E1.3. Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen
 - E2.3. Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung
 - E2.4. Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention
 - E3.3. Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen
 - E4.3. Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Aus den Erkenntnissen, die wir bei der Bearbeitung des Gemeinwohlberichtes gewonnen haben, ergeben sich für die Vinzenz Service GmbH als wichtigste Maßnahmen zum Schutz des Geschäftsbetriebes

- die Sicherstellung der finanzielle Sicherheit des Unternehmens allgemein und der Schutz vor materiellen Schäden
- die langfristige Sicherung eines gerechten Gehaltssystems

- die langfristige Sichererstellung von in Anzahl und Qualität ausreichend zur Verfügung stehenden Mitarbeitenden durch geeignete Mitarbeiterbindungsmaßnahmen
- die Pflege des Images der Vinzenz Service GmbH und damit die Vermeidung von Reputationsschäden
- die Pflege unserer Unternehmenskultur, unserer Werte und die konkrete Formulierung unserer Unternehmenspolitischen Grundsätze
- die Vermeidung von Rechtsverfahren gegen das Unternehmen bzw. die Geschäftsführung

8. Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Die Gemeinwohl-Bilanz ist ein Instrument zur Darstellung von Werteeerreichungsgraden in 20 Themenbereichen und stellt somit differenzierte nichtfinanzielle Leistungsindikatoren eines Unternehmens dar. Diese dienen als Grundlage für die systematische Weiterentwicklung ethischer und ökologischer Maßnahmen im Unternehmen.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Erstmals in Kontakt kam unsere Geschäftsführerin Heike Müller mit der Gemeinwohl-Ökonomie bei einer Veranstaltung der IHK Ravensburg im Jahr 2016. Seit diesem Termin besteht auch der Kontakt zu Herrn Armin Hipper, unserem Berater auf dem Weg zu unserer ersten Gemeinwohlbilanz. Im Juli 2017 stellte Armin Hipper im Rahmen einer Leitungsteamklausur die Ansätze DNK und GWÖ vor. Da uns das Thema Nachhaltigkeit seit Jahren beschäftigt, haben wir die Erstellung einer Gemeinwohlbilanz in unserer Balanced Score Card 2018/19 verankert.

Am 15.03. 2018 fand eine Kick-off-Veranstaltung mit Armin Hipper, der Geschäftsführung (Heike Müller und Elke Hufner) und einzelnen Führungskräften (Sylke Arnold, Tanja Barth, Frank Kibler) statt (Dauer ca. 3 Stunden). Danach wurden die Aufgaben auf Teams verteilt und dort bearbeitet. Am 17.05.2018 fand ein weiterer Besprechungstermin zwischen Armin Hipper, Heike Müller, Elke Hufner und Christella Daiber statt, um offene Fragen und den weiteren Kommunikationsprozess zu klären (Dauer ca. 5 Stunden). Die Zusammenführung der einzelnen Dokumententeile erfolgte durch Heike Müller. Die Veröffentlichung des Berichtes übernimmt Christella Daiber.

Am 27.04.2018 haben wir unseren Auditantrag gestellt.

Am 26.07.2018 haben wir unseren vollständigen Gemeinwohlbericht zum Audit abgegeben.

Beteiligte Personen

Folgender Arbeitsaufwand für Meetings, Beantwortung der Berichtsfragen, Zusammenstellen der notwendigen Daten und Unterlagen sowie Recherche wurde von den Kolleg*innen zur Erstellung des Gemeinwohlberichtes angegeben:

Tabelle 5: Beteiligte Personen

Name	Funktion	Aufwand in Stunden
Sylke Arnold	Leitung Personalverwaltung	10
Tanja Barth	Leitung Finanzverwaltung	20
Christella Daiber	Leitung Marketing	50
Elke Hufner	Stv. Geschäftsführung	50
Thomas Deistler	Produktionsleitung	10
Martina Jetter	Serviceleitung	5
Frank Kibler	Leitung Gebäudemanagement	24
Heike Müller	Geschäftsführung	100
Gesamt		269

Interne Kommunikation

Alle Beteiligten erhielten die abschließende Fassung in elektronischer Form. Nach dem Audit ist eine interne Präsentation und Besprechung des weiteren Vorgehens zur Weiterentwicklung der einzelnen Gemeinwohl-Aspekte im Rahmen einer Leitungsteamklausur geplant.

Wie genau die Kommunikation hin zu allen Mitarbeitenden stattfindet, schriftlich oder im Rahmen einer Veranstaltung, muss noch festgelegt werden.

Sigmaringen, den 25. 07. 2018