

GEMEINWOHL BILANZ 2011 für

FIRMENNAME / nets.werk-steyr / Gerhard Zwingler
auditiert von Roland Gutmann

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter Produkte / Dienstleistungen, Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte bei der Auswahl von Lieferanten und Dienstleistungspartnern				80
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte bei der Auswahl der Finanzdienstleistungen; gemeinwohlorientierte Veranlagung und Finanzierung				6
C) MitarbeiterInnen inkl. EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität Sicherstellung humaner Arbeitsbedingungen, Förderung physischer Gesundheit und psychischem Wohlbefindens, Selbstorganisation und Sinnstiftung am Arbeitsplatz, Freiraum für Familie und persönliche Entfaltung (Work-Life-Balance)	C2: Gerechte Verteilung des Arbeitsvolumens Abbau von Überstunden, Verzicht auf All-inclusive-Verträge, Reduktion der Regelarbeitszeit, Beitrag zur Reduktion der Arbeitslosigkeit	C3: Fo/örderung ökologisches Verhalten der MitarbeiterInnen Aktive Förderung eines nachhaltigen Lebensstils der MitarbeiterInnen (Mobilität, Ernährung), Weiterbildung und Bewusstsein schaffende Maßnahmen, nachhaltige Organisationskultur	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens Geringe innerbetriebliche Einkommensspreizung (netto), Einhaltung von Mindesteinkommen und Höchsteinkommen C5: Gleichstellung / Inklusion Benachteiligter Gender, MigrantInnen, Menschen mit besonderen Bedürfnissen	C6: Innerbetriebliche Transparenz und Mitbestimmung Entscheidungs-/ Finanztransparenz, Mitentscheidung der MitarbeiterInnen bei operativen, strategischen Entscheidungen, Wahl der Führungskräfte, Übergabe Eigentum an MitarbeiterInnen, z.B. Soziokratie
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen	D1: Ethisches Verkaufen KundenInnenorientierung/ -mitbestimmung, Kooperation mit VerbraucherInnenenschutz, Schulungen ethisches Verkaufen, ethisches Marketing, ethischangepasstes Bonussystem	D2: Solidarität mit Mitunternehmen Weitergabe von Information, Know-how, Arbeitskräften, Aufträgen, zinsfreien Krediten; Beteiligung an kooperativem Marketing und kooperativer Krisenbewältigung	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen Angebot ökologisch höherwertiger Produkte/Dienstleistungen; Bewusstsein schaffende Maßnahmen; Berücksichtigung ökologischer Aspekte bei der KundInnenwahl	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen Soziale Stafflung der Preise, Barrierefreiheit, spezielle Produkte für benachteiligte KundInnen	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards Vorbildwirkung, Entwicklung von höheren Standards mit MitbewerberInnen, Lobbying
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souverän, zukünftige Generationen, globale Mitmenschen, -tiere und -pflanzen	E1: Gesellschaftliche Wirkung / Bedeutung der Produkte / Dienstleistungen Sinnhaftigkeit der Produkte unter Berücksichtigung nachhaltiger Lebensstile	E2: Beitrag zum Gemeinwesen Gegenseitige Unterstützung und Kooperation durch Finanzmittel, Dienstleistungen, Produkte, Logistik, Zeit, Know-How, Wissen, Kontakte, Einfluss	E3: Reduktion ökologische Auswirkungen Reduktion der unternehmensspezifischen Umweltauswirkungen auf ein zukunftsfähiges Niveau: Ressourcen, Energie&Klima, Emissionen, Abfälle etc.	E4: Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe Nichtverzinsung oder maximal Inflationsausgleich für das Kapital externer EigentümerInnen	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung Berichterstattung nach Global Reporting Initiative (GRI), Gemeinwohlbericht, Stakeholder-Mitbestimmung
K.O.-Kriterien	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen	Feindliche Übernahme	Massive Umweltbelastungen für Ökosysteme Grobe Verstöße gegen Umweltauflagen (z.B.: Grenzwerte) Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer)	Ungleichbezahlung von Frauen und Männern Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerungen bei Gewinn Töchter in Steueroasen Eigenkapitalverzinsung > 10 %	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter Verhinderung von Betriebsrat

BILANZSUMME 615