



Bericht zur Gemeinwohl-Bilanz Dorfinstallateur 2016

INHALT

Das Unternehmen	1
<i>Allgemeine Infos.....</i>	<i>1</i>
<i>Tätigkeitsbereich.....</i>	<i>1</i>
<i>Das Unternehmen und Gemeinwohl</i>	<i>3</i>
<i>Ansprechpartner</i>	<i>3</i>
Testat der Gemeinwohlabilanz	4
A1 Ethisches Beschaffungsmanagement	5
B1 Ethisches Finanzmanagement.....	7
C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	8
C2 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit.....	10
C3 Forderung und Förderung ökologischen Verhaltens der Mitarbeiter	11
C4 Gerechte Verteilung des Einkommens	12
C5 Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz	13
D1 Ethisches Verkaufen	14
D2 Solidarität mit Mitunternehmen	15
D3 Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen.....	16
D4 Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	17
D5 Erhöhung des sozialen und ökologischen Branchenstandards.....	18
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	19
E4 Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung.....	20
E5 Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung	21

Das Unternehmen

Allgemeine Infos

Firmenname	Dorfinstallateur (DORF-Installationstechnik GmbH & verbundene GmbHs)
Rechtsform	GmbH mit 13 Gesellschaftern (ausnahmslos und vertraglich gesichert nur aktive Mitarbeiter)
Branche	Heizungs-, Sanitär, Lüftungs- und Klimatechnik (Planung und Ausführung)
Anzahl der MitarbeiterInnen	143 (davon 20 Lehrlinge)
Umsatz	22,2 Mio.
Standorte	Götzis, Feldkirch, Bludenz, Damüls, Wolfurt
Berichtszeitraum	1.6.2014 – 30.6.2016

Tätigkeitsbereich

Der Dorfinstallateur, wie er in der Region genannt wird, wurde 1973 von Arnold Feuerstein als Einzelunternehmen gegründet. Von Anfang an hat sich das Unternehmen vor allem der Nutzung von alternativen Energieträgern und dem Entdecken technischer Innovationen verbunden gefühlt. Inzwischen sind fünf Gesellschaften entstanden, deren Kernstück das Unternehmensmodell mit der Beteiligung von Mitarbeitern ist (Dorf-Modell). Eigenständig und eigenverantwortlich agierende Teams sichern den Markterfolg der Dorf-Gruppe und sind dem Unternehmensmotto „**Gern gmacht. Guat gmacht.**“ sowie den Kernwerten verpflichtet. Sie bilden die gemeinsame Basis für höchste Qualität und größtmöglichen Kundennutzen.

Die vier Kernwerte des Dorfinstallateurs:

- Zusammenarbeit mit Freude und Respekt
- Jeden Kunden zum Stammkunden machen
- Ein Unternehmen mit gesellschaftlicher Vorbildfunktion
- Jede/r trägt Verantwortung für Wirtschaftlichkeit und gesundes Wachstum

Unseren Kunden bieten wir folgende Kernleistungen:

- **Heizungslösungen:** Wärmepumpen, Holz- und Pelletheizungen, Öl- und Gasheizungen, Solaranlagen, Biogasanlagen
- **Sanitärinstallationen:** von der Waschküche über Bad und Küche bis zu Wellnessoasen, für Neubauten und Sanierungsprojekte
- **Kälte- und Klimatechnik:** für Gewerbe, Industrie, Gastronomie und Wohnbau
- **Regelungstechnik:** intelligente und individuelle Steuerungen, Vernetzen der gesamten Haustechnik vom Wärmeerzeuger bis zur Raumluft
- **Service:** Kleinarbeiten, Sanitär-service, Reparaturen, Notfall-service
- **Heizungsservice:** Inbetriebnahme sowie Wartung und Servicierung sämtlicher eingesetzter Produkte, auch mit Fern-zugriff
- **Beratung und Technik:** Haustechnikkonzepte, Ausführungsplanung, Energie- und Förderberatung



Das Unternehmen und Gemeinwohl

Die DORF-Installationstechnik GmbH beschreibt in ihren Kernwerten die Bereiche Mitarbeiter, Kunden, Gesellschaft und Umwelt sowie Wirtschaftlichkeit und gesundes Wachstum. Basierend auf der mittlerweile 43-jährigen Firmengeschichte und einem gemeinsam ausgearbeiteten Leitbild entstand die aktuelle Wertelandschaft. Diese, so wurde anlässlich eines Vortrags zur Gemeinwohlökonomie im Rahmen der „Tage der Utopie“ in St. Arbogast 2010 festgestellt, hatte in ihren Grundzügen große Gemeinsamkeit zum dort Präsentierten. Auch im Leitbild kommen Phrasen wie z.B. „zum Wohle der gesamten Gruppe“ oder „alle tragen Verantwortung für das Gemeinwohl“ vor. Durch stetes Suchen nach neuen, nachhaltigen, sozial und ökologisch verträglichen Wegen begannen die Mitarbeiter des Dorfinstallateurs sich mit dem Thema Gemeinwohl auseinanderzusetzen.



Dadurch resultierten beispielhaft folgende Maßnahmen und Konsequenzen:

Maßnahmen	Dorf-Modell mit Beteiligungsmöglichkeit für Mitarbeiter unter Berücksichtigung des Lebensleistungszyklus des Einzelnen
	Strukturierung des Unternehmens in Profiteams und Proficenter – Teamleiter agieren mit Unterstützung des Proficenters eigen- und gesamtverantwortlich wie ein selbstständiges Unternehmen
	Frühzeitige gesellschaftsrechtliche Beteiligung von Mitarbeitern am Unternehmen – Demokratisierung der Entscheidungsprozesse!
Konsequenzen	Ausgezeichnete Betriebliche Gesundheitsförderung
	ÖKOPROFIT®-Ausrichtung mit Zertifikat des Landes Vorarlberg
	CSR-ausgezeichnetes Unternehmen und best practice Beispiel Österreichs auf europäischer Ebene
	Familien- und frauenfreundlichster Betrieb Vorarlbergs sowie Österreichs
	Best practice Generationenmanagement Vorarlberg
	Jährliches Gütesiegel „Ausgezeichneter Lehrbetrieb“
	Jährliches Gütesiegel „Salvus“
	3. Platz beim IBK-Nachhaltigkeitspreis

Ansprechpartner

Bei der Ansprechperson für die GWÖ handelt es sich um den Geschäftsführer Samuel Feuerstein.

Seine Kontaktdaten lauten folgendermaßen:

samuel.feuerstein@dorfinstallateur.at, Tel. 05523 622 88, DORF-Installationstechnik GmbH, Lastenstraße 37, A-6840 Götzis

TESTAT : PEER EVALUIERUNG

GEMEINWOHL-
BILANZ 2015/16

für DorfInstituteur
BegleiterIn Gebhard Moser

GEMEINWOHL
ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft 

WERT	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) Lieferantinnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				
B) Geldgeberinnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 80 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 50 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 40 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 80 %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 80 %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmern	D1: Ethische Kundenbeziehung 70 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmern 60 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 60 %	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 70 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 50 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Sove-rän, zukünftige Genera-tionen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 50 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 80 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 60 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 90 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitsbestimmung 70 %
Negativ-Kriterien	Verletzung der IL-O-Arbeitsnormen/ Menschenrechte Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO Beschäftigung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen <input type="checkbox"/>	Feindliche Übernahme Sperrepatente Dumpingpreise <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Illegitime Umweltbelastungen Verstöße gegen Umweltauflagen Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn Umgehung der Steuerpflicht Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter Verhinderung eines Betriebsrats Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbys / Eintragung in das EU-Lobbyregister Exzessive Einkommens-spreizung <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Mit diesem Testat wird die Peer-Evaluierung des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Matrix 4.1. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf www.gemeinwohl-oekonomie.org

Testat gültig bis 31.08.2018

BILANZSUMME 653

A1 Ethisches Beschaffungsmanagement

- A1.1** Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen
- A1.2** Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter
- A1.3** Produkte/Dienstleistungen und Prozesse zur Sicherstellung Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung

Primär konzentriert sich der Dorfinstallateur auf den Einsatz von Alternativenergie als Wärmeerzeuger (hauptsächlich Wärmepumpen) und setzt somit höherwertige Alternativen zu ökologisch schlechteren Lösungen ein. Grundsätzlich hat sich das Unternehmen dazu verpflichtet, alle Waren von regionalen Großhändlern zu beziehen, die uns persönlich bekannt sind und mit denen es einen regelmäßigen Austausch sowie ein partnerschaftliches Verhältnis gibt, welches nicht der „Best-Preis Maxime“ unterworfen ist. Die Lieferanten stammen alle aus der Umgebung (VLBG, Ö, D, CH). Auch der Großteil der Hersteller (ca. 80 %) stammt primär aus der EU, wodurch gewährleistet wird, dass wesentliche Arbeitsbedingungen mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit eingehalten werden.

-
„Grundsätzlich hat sich der Dorfinstallateur dazu verpflichtet, alle Waren von regionalen Großhändlern zu beziehen.“
-

Da wir in einer Branche tätig sind, welche im Kerngeschäft viele verschiedene Materialien verarbeitet, deren vorgelagerter Wertschöpfungsprozess kaum oder nicht nachvollziehbar ist, beschränken wir uns auf die uns zugänglichen Informationen der Lieferanten und Hersteller – die Thematik wird also durchaus besprochen und berücksichtigt. Es gibt nur wenig Systematik bei der Nachvollziehbarkeit der Herkunft der Rohstoffe und deren Gewinnung, da dies nur unter größtem Aufwand und nicht vollständig möglich ist (insbesondere Kupfer u. a. metallische Rohstoffe).

Wir wollen nicht nur den Kunden zum Stammkunden machen, sondern auch langfristige Kooperationen mit Lieferanten eingehen. Eine Zusammenarbeit findet also nicht mit den kostengünstigsten Lieferanten statt, sondern mit Lieferanten, die eine gute Qualität von Produkten und Arbeitsplätzen sicherstellen können.

Ziele

- ⇒ Jedes Jahr 1-2 relevante Produktgruppen auf deren ethische Beschaffung hin zu analysieren und bei realer Möglichkeit und Alternative umzustellen, Potential liegt vor allem bei Isoliermaterial und EDV
- ⇒ Vertragswesen mit Lieferanten ausbauen und vertiefen



B1 Ethisches Finanzmanagement

B1.1 Institutionalisierung

B1.2 Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters

B1.3 Gemeinwohl-orientierte Veranlagung

B1.4 Gemeinwohl-orientierte Unternehmensfinanzierung

In unserem Leitbild ist verankert, dass wir uns zur Suche nach besseren Alternativen zu herkömmlichen Organisationssystemen und Dienstleistungen verpflichten, so auch zum ethischen Finanzmanagement. Der Kontakt mit ethischen Banken wird stets aufrechterhalten. An den hausintern immer wieder auftretenden Diskussionen in Sachen ethisches Verhalten bei Finanzierungen ist eine merkliche Veränderung und ein wachsendes Bewusstsein in der Wahrnehmung von vielen Mitarbeitern und Führungskräften zu registrieren.

Unser Unternehmen arbeitet mit drei Regionalbanken zusammen. Diese bieten alternative Veranlagungen an. Durch nachdrückliche Aufforderung ist es bislang einmal gelungen, eine durchaus den Anforderungen entsprechende Veranlagungsform zu kreieren (Fonds zur Unterstützung von Straßenkindern in Bulgarien und Rumänien).

Derzeit bestehen kaum relevante Veranlagungen. Mit Jahresende 2015 wurde eine Abfertigungsauslagerungsversicherung für sämtliche betroffene Mitarbeiter der „Abfertigung Alt“ abgeschlossen und dabei das bestmögliche Versicherungssystem gewählt. Die betriebliche Mitarbeitervorsorge führen wir über die Valida Plus-Vorsorgekassa durch. Diese wurde mit dem Gold-Status bei der ÖGUT-Nachhaltigkeitszertifizierung bewertet.

Um eine möglichst hohe Unabhängigkeit von den geltenden Finanzsystemen zu erreichen, hat das Unternehmen eine breite Beteiligung von Mitarbeitern, welche ihre Gewinnanteile bis zu ihrem Austritt im Unternehmen belassen, um ausreichend Liquidität zur Verfügung zu stellen. Daraus resultiert eine Eigenfinanzierung in steigendem Ausmaß. Die Lieferantenfinanzierung ist maximiert. Findet eine externe Finanzierung statt, so geschieht dies stets zu wirtschaftlich sinnvollen Konditionen.

Ziele

- ⇒ Konkrete Angebote der (zwischenzeitlich verfügbaren) Alternativbanken
- ⇒ Im Zusammenhang mit Alternativen Finanzierungen auch Standards für Alternative Veranlagungen sicherstellen



C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung

- C1.1** MitarbeiterInnen-orientierte Organisationskultur und strukturen
- C1.2** Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik
- C1.3** Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/flexible Arbeitszeiten
- C1.4** Gleichstellung und Diversität



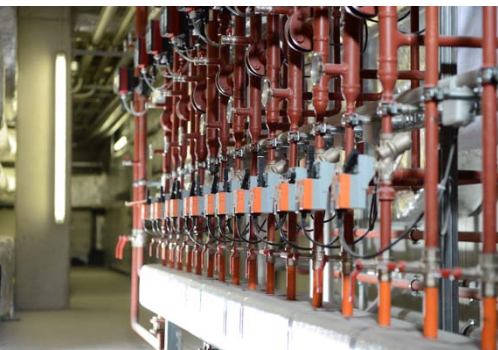
Das Dorf-Modell ist weitgehend ein mitarbeiterorientiertes Modell: Die Idee vom „Installateur im Dorf“, dem Mitarbeiter als Mitunternehmer, ist für einen Handwerksbetrieb eine außergewöhnliche Organisationsstruktur.

Selbstständig arbeitende Einheiten, die sogenannten „Profiteams“, agieren als „kleine Unternehmen im Unternehmen“ mit eigenen Kunden, Mitarbeitern, Ergebnisverantwortung und Erfolgsbeteiligung. Die große Stärke im Gegensatz zu anderen Kleinbetrieben:

Sie verfügen mit dem „Proficenter“ über eine zentrale technische und kaufmännische Führung und Verwaltung mit gemeinsamem Einkauf, Controlling, Marketing und Administration. Eine perfekte Entlastung, um sich ganz auf ihre Kompetenzen vor Ort bei ihren eigenen Auftraggebern zu konzentrieren. In regelmäßig stattfindenden Mitarbeitergesprächen bringt man einiges über die Entwicklungswünsche der Mitarbeiter in Erfahrung, was sich auf die großgeschriebene Talentförderung auswirkt.



Es gibt nur geringe Lohndifferenzen im Unternehmen. Wir bieten unseren Mitarbeitern viele Sozialleistungen wie Fitnessangebote für alle Fitnessstudios, Firmenausflüge und Freizeitgestaltungen, Unfallversicherung für jeden Mitarbeiter etc. Preise wie der „Anerkennungspreis der Hans-Huber-Stiftung“ sowie das Prädikat „Ausgezeichneter Lehrbetrieb“ zeugen von der Wertschätzung der Lehrlingsausbildung mit Karrierepotential im Unternehmen. Keine Seltenheit: Lehrlinge schaffen den Sprung zum Teamleiter und Gesellschafter.



Flexible Arbeitszeiten für Mitarbeiter im Büro sind möglich: Die Mitarbeiter planen ihren Arbeitseinsatz selbst (Gleitzeit) und es besteht die Möglichkeit von zuhause aus zu arbeiten. Die Ausrüstung der Arbeitsplätze im Büro ist auf gutem Stand: Es stehen für alle Mitarbeiter ergonomische Stühle zur Verfügung, das Büro ist zudem mit höhenverstellbaren Tischen und mit einer top Beleuchtung ausgestattet. Das Projekt „rundumsund“, das 2008 gestartet wurde, vereint mehrere gesundheitsfördernde Maßnahmen in sich (diverse Kochkurse, Fastenwoche, frischer Obstkorb, Seminare wie „Endlich Rauchfrei“, „Heben und Tragen“, Lauffreie, gemeinsame Teilnahme an Sportveranstaltungen etc.)



Unser Mitarbeiter Jack Halbeisen arbeitet seit acht Jahren im Lagerbereich, er ist ein Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen und wird vom Lagerleiter betreut und gefördert. Genauso werden besonders lernschwache Lehrlinge gefördert und unterstützt. Seit kurzem sind zwei Flüchtlinge aus Syrien bei uns angestellt. Vor allem in der technischen Abteilung kann der Dorfinstallateur eine hohe Frauenquote aufweisen. Auch die Möglichkeit von Altersteilzeit wird von Mitarbeitern wahrgenommen (Anpassung an die Lebensleistungskurve).

Ziele

- ⇒ Standardisierung und Institutionalisierung der Weiterbildungsaktivität ist in Arbeit, dabei erhalten wir externe Unterstützung von einer Unternehmensberatung
- ⇒ BGF weiter optimieren und besser an unterschiedliche Anforderungen der verschiedenen Funktionen anpassen



C2 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit

- C2.1** Senkung der Normalarbeitszeit
- C2.2** Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit
- C2.3** Bewusster Umgang mit (Lebens-)Arbeitszeit

Beim Dorfinstallateur gibt es nur sehr wenige All-In-Verträge. Wenn ein All-In-Vertrag gemacht wird, dann nur um die Work-Life-Balance zu optimieren.

Teilzeitmodelle können und werden problemlos in Anspruch genommen: Auf Eltern wird im Besonderen bezüglich flexibler Arbeitszeiten Rücksicht genommen. Es besteht die Möglichkeit, verschiedene Arbeitszeitmodelle zu nutzen und es gibt Zeitanparmodelle für die Ferienzeit.

Die lebenszyklusabhängige Arbeitszeitgestaltung ist möglich. Dies wird natürlich mit Jobwechsel im Zeitverlauf schwieriger. Für langjährige Mitarbeiter haben sich aber bereits verschiedene individuelle Varianten als Win-win-Lösungen (AG+AN) gefunden.



Ziele

- ⇒ Reduktion der Überstunden auch im Montagebereich
- ⇒ Gut 10 % der Mitarbeiter bestimmen ihre Arbeitszeit eigenverantwortlich – immer wenn möglich!



C3 Forderung und Förderung ökologischen Verhaltens der Mitarbeiter

- C3.1** Ernährung während der Arbeitszeit
- C3.2** Mobilität zum Arbeitsplatz
- C3.3** Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse

Ernährung	Frischer Obstkorb für alle
	Digibon: Um den Mitarbeitern ein gesundes und reichhaltiges Mittagessen zu ermöglichen, übernimmt der Dorfinstallateur € 4,40 pro Essen in einem Gasthaus. Fastfood ist dabei ausgeschlossen!
	Mittagstisch: Einmal wöchentlich wird von einem regionalen Restaurant nahrhaftes Essen in die Kantine geliefert
Mobilität	Diensträder und Elektro-Poolautos
	Viele Mitarbeiter kommen mit einem Haushalts-PKW aus (anstatt mit zwei, wie es im ländlichen Bereich üblich ist)
	Kostenübernahme von Öffi-Tickets
	Jährliche Teilnahme am Fahrradwettbewerb, Ausflüge, E-Stationen, überdachte Abstellplätze, Dusch- und Umkleidemöglichkeiten

Wie wird versucht, unsere Mitarbeiter zu sensibilisieren?

Die laufende Bewusstmachung von Recyclingthemen ist Usus, auch Schulungen zur Mülltrennung finden statt. Die Mitarbeiter werden stets auf Strom- und Sprintsparprogramme aufmerksam gemacht. Besonders stolz sind wir darauf, dass der Dorfinstallateur 2016 bereits zum 10. Mal das ÖKOPROFIT®-Zertifikat erhalten hat.

Ziele

- ⇒ Sprintsparurse für die Mitarbeiter anbieten
- ⇒ Sensibilisierung verstärkt anstreben: Footprint Rechner in Dorfnews veröffentlichen



C4 Gerechte Verteilung des Einkommens

C4.1 Innerbetriebliche Einkommensspreizung

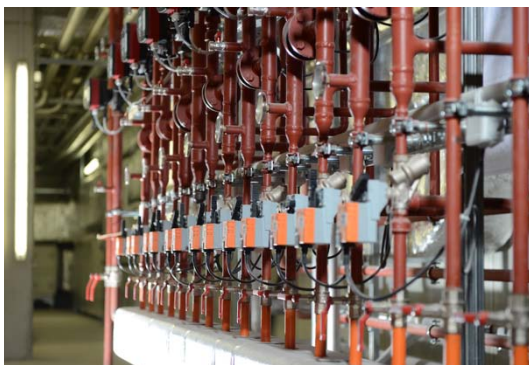
C4.2 Mindesteinkommen

C4.3 Transparenz und Institutionalisierung



Die Spreizung zwischen dem geringsten und dem höchsten Einkommen befindet sich ab der Lehrlingsentschädigung im vorbildlichen Bereich (1:4).

Alle Einkommen liegen deutlich über dem Durchschnitt der Branche und der Region.



Grundsätzlich sind die Angaben zur Gehaltsstruktur unter allen Gesellschaftern sehr transparent. Auch viele Mitarbeiter wissen über die Verteilung Bescheid. Es findet aber bewusst keine öffentliche Publizierung statt.

Ziele

- ⇒ Verbindlichkeit der maximalen innerbetrieblichen Einkommensspreizung im Führungsteam festlegen



C5 Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz

C5.1 Grad der Transparenz

C5.2 Legitimierung der Führungskräfte

C5.3 Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen

C5.4 Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen

Unter den Mitgliedern des Führungsteams herrscht eine totale Transparenz, unter den Gesellschaftern weitestgehend auch. Sämtliche Budgets werden durch Erläuterungen der Verantwortlichen den Mitarbeitern gegenüber transparent gemacht (ausgenommen der Gehälter). In den Dorfnews werden Neueinstellungen und Kündigungen publiziert. Auftragsstand und Gewinn wird veröffentlicht und alle Mitarbeiter haben Zugang zur hauseigenen EDV. Damit kann man die Transparenz der Zahlen auf Projektebene gewähren.

Unsere Mitarbeiter der Führungsebene werden von Kollegen, anderen Führungskräften und auch Mitarbeiter gemeinsam bestimmt und gefördert. Ein Beispiel: Die Wahl des Führungsteams findet aus der Runde aller Beteiligten statt, Wechsel der Zusammensetzung des Führungsteams bei Bedarf. Für neue Gesellschafter gibt es einen umfangreichen Bewerbungsprozess bzgl. Hard- und Softskills, die der Entwicklung des Unternehmens und der Kultur dienen.

Weitreichende Entscheidungen werden in der Gesellschafter-Runde bzw. in Arbeitsgruppen unabhängig von der Position eines Mitarbeiters getroffen – entscheidend ist die Funktion. Beispiele für verschiedene Entscheidungs-gruppen: Arbeitsgruppe Qualität, Ring of Fire, Gesellschafter, Führungs-team. Es sind jeweils die fähigsten, engagierten und betroffenen Mitarbeiter in den jeweiligen Arbeitsgruppen.

-
„Bei den 13 Gesellschaftern des Dorfinstallateurs handelt es sich
ausnahmslos um aktive Mitarbeiter. Jeder Gesellschafter hält
zwischen 5 und 15 % der Gesellschaftsanteile
(keine Mehrheitskonzentration auf Einzelne).“
-

D1 Ethisches Verkaufen

- D1.1** Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing und Verkauf)
- D1.2** Produkttransparenz
- D1.3** Umfang der Kunden-Mitbestimmung / gemeinsame Produktentwicklung / Marktforschung
- D1.4** Service-Management



Einer unserer vier Kernwerte lautet „Jeden Kunden zum Stammkunden machen“ und die Qualität unserer Kundenbeziehungen ist auf jenem Grundsatz aufgebaut. Das Marketing des Unternehmens ist nicht auf das Wecken „unnötiger“ Kundenbedürfnisse, sondern auf die Qualität der Leistungen und Mitarbeiter ausgerichtet.

In der Leistungsdarstellung (Angebotsinhalt) wird eine totale Transparenz geschaffen. Der Dorfinstallateur strebt keine reine Deckungsbeitrag-Optimierung an, sondern wir wählen klar die qualitativ hochwertigsten Produkte und verfolgen eine ständige Optimierung.

Als Handwerker entwickeln wir gemeinsam mit dem Kunden individuelle Lösungen, die sämtliche Bedürfnisse berücksichtigen. Kundenfeedbacks tragen zur laufenden Optimierung unserer Leistungen bei. Konkret führen wir bei unseren Vollbad- und Servicekunden Befragungen mittels Fragebogen nach Abschluss des Auftrags durch.

Unser Service-Management ist unser USP: Wir übernehmen die komplette Nachbetreuung, die Wartung sämtlicher verbauter Produkte, bieten Wartungsverträge (inkl. Störungsbehebung) und einen 24-Stunden-Service an. Es geschieht eine aktive Kundenbetreuung nach der Ausführung durch Kontaktaufnahme unsererseits. Kommt es zu Reklamationen, so werden diese von der Geschäftsführung bearbeitet. Auch Kundenevents (aktuell: Vollbad-Event) finden in regelmäßigen Abständen statt.

D2 Solidarität mit Mitunternehmern

D2.1 Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie

D2.2 Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen usw. (kooperative Marktteilnahme)

D2.3 Kooperatives Marketing

Produktstandards werden mit Branchenkollegen ausgetauscht und offen weitergegeben. Auch im Bereich der EDV-Organisation und der Kostenkalkulation legen wir unser Wissen offen.

In unserer Branche wird eine laufende Abstimmung mit wesentlichen Mitbewerbern sowie eine teilweise Auftragsüberlassung praktiziert. Ein Austausch wird insofern gefördert, als GU-Kunden mehrere Branchenkollegen beauftragen. Auch die Beauftragung von Subunternehmern (Heizung/Sanitär/Lüftung) findet statt.

Durch unsere Betriebsgröße und die starken Auslastungsunterschiede zwischen den Standorten ist die Arbeitskräfteüberlassung zwischen diesen stark, extern aber nicht vorhanden.

Vollbad

Badsanierung aus einer Hand.

In der Vollbad-Kooperation (branchenübergreifende Handwerkskooperation) findet seit 20 Jahren eine Bündelung von Arbeitskräften statt.



Unsere Werbung ist auf die Markenstärkung ausgerichtet. Wir verzichten auf Diskreditierung. Kooperatives Marketing findet beispielsweise im Zuge von Informationskampagnen statt. Ein aktuelles Beispiel ist die PR-Aktion der Vorarlberger Installateure in der VN-Beilage „Leben & Wohnen“: Interessante branchentypische Fragen werden von Installateuren beantwortet und gleichzeitig findet eine Präsentation von Betrieben statt.

D3 Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen

- D3.1** Effizienz und Konsistenz: Produkte/Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu MitbewerberInnen bzw. Alternativen mit vergleichbarem Nutzen
- D3.2** Suffizienz: Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizientem Konsum
- D3.3** Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber

Die Basis für effiziente und konsistente Produkte/Dienstleistungen bildet die Beschaffung. Die stetige Schulung der Mitarbeiter und Weiterentwicklung derer Kompetenzen sowie die ökologische Ausrichtung des Unternehmens (inkl. ÖKOPROFIT®-Zertifizierung) bedingen eine ausgezeichnete Gesamtleistung. Grundsätzlich wird in der Kundenberatung immer eine ökologische Optimierung angestrebt, die Entscheidung bleibt jedoch beim Kunde. Wir haben uns von Anfang an der Alternativenergie und dem höchstmöglichen Einsatz recyclebarer Stoffe verschrieben.

Eine nachhaltige Nutzung fördern wir aktiv durch höchste Qualität, möglichst hohe Servicierbarkeit der Produkte und längere Gewährleistung. Wenn es möglich ist, dann werden Restmaterialien wiedereingesetzt (z. B. im Heizungsservice Regelungen von Altanlagen auf Lager legen).

Dass wir auf ökologische Aspekte großen Wert legen, wird auf der Homepage, in der Werbung, auf jedem Angebot und auch im Leitbild kommuniziert.

Ziele

- ⇒ Ökologische Alternativen im Angebot immer noch zusätzlich ausweisen, auch wenn sich der Kunde für eine ökologisch schlechtere Alternative entschieden hat
- ⇒ Upcycling als mögliches neues Thema; Ausreizung der Normvorgaben, um Materialien einzusparen; Reduktion der Wärmeerzeuger-Leistung innerhalb der (rechtlichen) Möglichkeiten so schnell wie möglich umsetzen



D4 Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen

- D4.1** Erleichterter Zugang zu Informationen / Produkten / Dienstleistungen für benachteiligte Kundengruppen
- D4.2** Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt

Der Zugang zu Informationen ist sehr vielfältig, auch räumlich gesehen: Barrierefreier Zugang ist für unsere Kunden möglich. Mit unseren Produkten und Dienstleistungen gehen wir auf besondere Kundenbedürfnisse ein (z. B. barrierefreie Badausstattung). Eine soziale Preisstaffelung ist für uns nicht relevant, da einkommensschwache Kunden in erster Linie nicht unsere direkten Kunden, sondern die der sozialen Wohnbau-träger sind. Mit diesen pflegen wir regelmäßige Auftragsbeziehung: aktuell Wohnbauselbsthilfe, Alpenländische Heimstätte (300 Wohnungen im Jahr 2016).

Soziale Institutionen werden über Projekte und Förderungen unterstützt. Die Konditionen sind dabei grundsätzlich dieselben wie die der Top-Kunden. Ein Beispiel: Die Fernwartung und laufende Betreuung des im Jahr 2015 ausgeführten Caritas-Projektes „Emils kleine Sonne“ in Armenien wird kostenlos durchgeführt.



D5 Erhöhung des sozialen und ökologischen Branchenstandards

- D5.1** Kooperation mit MitbewerberInnen und PartnerInnen der Wertschöpfungskette
- D5.2** Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards
- D5.3** Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe

Mit der Generallizenz für Niedertemperaturheizsysteme sowie der Einführung von Brennwerttechnologie und der Vorreiterrolle in der Wärmepumpennutzung haben wir österreichweit Standards in der Branche gesetzt (und diese auch verbreitet und geschult). Derzeit haben wir Kooperationen mit Schulen, Lieferanten, Herstellern und Mitbewerbern und streben damit eine gemeinsame (ökologische) Optimierung der Produkte und Know-how-Transfer auf Basis unserer eigenen Erfahrungen an.

Im Bereich der Schaffung legislativer Standards gibt es nur wenig aktive Beiträge zur Veränderung. Das Unternehmen bringt sich aber aktiv beim Energieinstitut, bei der Energiezukunft Vorarlberg, der Wirtschaftskammer und der Innung, aber auch branchenübergreifend bei Themen wie der Barrierefreiheit ein. Fehlentwicklungen bei aktuellen Normvorgaben zeigen wir auf und wir beweisen Engagement bei der Mitbestimmung der Förderkriterien des Landes.

Wir beschäftigen uns mit der Schaffung und vor allem auch der gemeinsamen Entwicklung von Branchenstandards über die gesamte Bandbreite unserer eingesetzten Produkte. Dies bezieht sich sowohl auf ökologisch optimierte Auswahl als auch auf Kombinationen, die im laufenden Betrieb eine bessere Ökobilanz sicherstellen. Mit der Beteiligung an ÖKOPROFIT®, überbetrieblichen Lehrlingsprogrammen und diverser anderer Netzwerke wird auch in sozialen Aspekten eine große Reichweite abgedeckt.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

- E3.1** Absolute Auswirkungen
- E3.2** Relative Auswirkungen
- E3.3** Management und Strategie



Fest verankert in unserer Unternehmenskultur wird das Thema „ökologische Auswirkungen“ nicht nur durch die jährlich wiederkehrende ÖKOPROFIT®-Zertifizierung (bereits seit zehn Jahren) dokumentiert, sondern auch tatsächlich gelebt. Dabei berücksichtigt man alle relevanten Aspekte (Betriebsgebäude, Elektromobilität etc.). Die gesellschaftlich wirksamen Objekte werden mit Produkten höchster Energieeffizienz ausgestattet. Es wird eine laufende und eine stichprobenartige Evaluierung durchgeführt.

Ein Branchenvergleich ist schwierig, wir liegen aber mit Sicherheit über dem Branchenschnitt.

Selbstverständlich ist für uns die laufende ökologische Optimierung in Sachen Gebäude, Mobilität, Werkstoffe, Abfallvermeidung etc. Bei Abweichungen kommt es zu einer sofortigen Einlenkung. Konkret findet im Zuge der ÖKOPROFIT®-Zertifizierung auch bei Kundenprojekten eine laufende Evaluierung statt.

E4 Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung

E4.1 Außenausschüttung

E4.2 Gemeinwohl-orientierte Gewinnverwendung: Ausschüttung an Arbeitsgebende, Stärkung des Eigenkapitals sowie ökosoziale Reinvestition

In unserem Unternehmen gibt es keinerlei Dividendenausschüttung an Externe, Gesellschafter können ausnahmslos Mitarbeiter sein.

Die erzielten Gewinne werden ins Unternehmen reinvestiert, wenn es zu einer Ausschüttung kommt, dann nur an Mitarbeitende. Seit der Firmengründung gab es keine Ausschüttungen von Dividenden sondern nur Anrechnungen.

Ziele

⇒ Aktuelle Verträge und Handhabe so beibehalten und pflegen!



E5 Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung

- E5.1** Umfang GWÖ-Bericht (oder GRI-Level Nachhaltigkeitsbericht)
- E5.2** Art der Mitbestimmung und Dokumentation
- E5.3** Umfang der Mitbestimmung und einbezogener Berührungsgruppen

Der Umfang des GWÖ-Berichts beträgt mindestens drei Sätze je Subindikator. Die Publikation erfolgt über unsere Homepage und ist somit für jeden online-Besucher zugänglich. Die Gemeinwohlökonomie wird auf der Homepage auch über die Nennung bei den „Auszeichnungen“ sowie in den Dorfnews beworben.

Es kommt zum stetigen Austausch mit Nachbarn der Betriebe und auch der Objekte. Beispielsweise gilt es, Nachbarwohnungen bei Sanierung umfassend zu informieren. Auch der Kontakt zu Behörden, Förderstellen, Energieinstitut usw. ist selbstverständlich.

Die Berührungsgruppen werden je nach Thema zu unterschiedlichen Zeitpunkten und mit verschiedener Häufigkeit miteinbezogen.



**Wir bieten das Gesamtpaket:
Das Wohl von Mensch und Umwelt**