

Gemeinwohl-Bilanz

Geschäftsjahr 2019



MACH & PARTNER ZT-GMBH

Wasser für Generationen



GEMEINWOHL-BILANZ-RECHNER

Version 4.1.2.



HERZLICH WILLKOMMEN!

Dieses Tool können Sie verwenden, um die Gemeinwohl-Punkte Ihres Unternehmens zu berechnen. Es dient als Ergänzung zum Gemeinwohlbericht und kann völlig optional genutzt werden. Grundlage für die Auditierung ist ausschließlich der Gemeinwohl-Bericht. Die Gesamtbewertung eines Indikators kann von dieser Berechnung abweichen und wird im Audit festgelegt. Wir wünschen viel Spaß beim Berechnen!

WIE SIE DEN BILANZ-RECHNER RICHTIG VERWENDEN:

1. Allgemeines

Hier können Sie allgemeinen Angaben zu Ihrem Unternehmen machen.

2. Berechnung

Für jeden Indikator (A1, B1, ...) kann eine bestimmte Anzahl an Gemeinwohl-Punkten erreicht werden. Um zu ermitteln, wie viele davon Ihr Unternehmen erhält, gehen Sie wie folgt vor:

- a) Sie können, wenn es für ihr Unternehmen wichtig erscheint, die Gewichte der einzelnen Subindikatoren (A1.1, A1.2, ...) verändern. In der Spalte "Gewichtung" ("Gew.") können Sie für jeden Subindikator Werte auswählen. Die Verteilung der möglichen Punkte auf die einzelnen Subindikatoren wird dann automatisch angepasst, sodass die Summe aller Subindikatoren eines Indikators immer 100% ergibt.
- b) Beschreiben Sie auf Basis der Erläuterungen im Handbuch in wenigen Stichworten den Ist-Zustand und das Verbesserungspotenzial für die verschiedenen Subindikatoren (ist für die Berechnung nicht unbedingt notwendig).
- c) Geben Sie - aufbauend auf diesen Beschreibungen - an, zu wie viel Prozent Ihrer Meinung nach der jeweilige Subindikator erfüllt ist (Spalte "Erfüllungsgrad"). Anhaltspunkte zur Wahl der "richtigen" Prozentzahl finden Sie wiederum im Handbuch.
- d) Bei der Berechnung werden die Prozentzahlen pro Indikator automatisch auf ganze Zehnerschritte gerundet.

3. GW-Matrix

Die "GW-Matrix" bietet einen tabellarischen Überblick über Ihr Ergebnis.

4. Werte-Stern

Der "Werte-Stern" zeigt schließlich Ihr Ergebnis nach Werten gegliedert in graphischer Form.

5. Gruppen-Stern

Der "Gruppen-Stern" zeigt schließlich Ihr Ergebnis nach Berührungsgruppen gegliedert in graphischer Form.

6. Indikatoren-Stern

Der "Indikatoren-Stern" zeigt schließlich Ihr Ergebnis in allen Indikatoren in graphischer Form.

LEGENDE

Feld ist beschreibbar (grüner Rahmen, dunkelgrüne Schrift)

Feld ist nicht beschreibbar (grauer Rahmen, dunkelgraue Schrift)

unerlaubter Wert eingegeben (zur korrekten Berechnung Wert ändern)

KONTAKT

Fragen zur Bilanz-Erstellung: beratung@gemeinwohl-oekonomie.org (GWÖ-BeraterInnen);

Fragen zur Auditierung: audit@gemeinwohl-oekonomie.org (GWÖ-AuditorInnen);

Weiterentwicklung der Matrix: dominik.sennes@gmail.com (GWÖ-RedakteurInnen);

Excel-Programmierung: Christian Kozina (christian.kozina@gemeinwohl-oekonomie.org);

Inhalte: Ana Moreno (ana.moreno@prosustainability.com), Bernhard Oberrauch

(info@a-bo.net), Manfred Kofranek (manfred.kofranek@inode.at)



MACH & PARTNER ZT-GMBH

Gemeinwohl-Bilanz-Rechner - Version 4.1.2.

ALLGEMEINE ANGABEN ZUM UNTERNEHMEN

Bitte vollständig ausfüllen!

Name des Unternehmens:	Mach & Partner ZT-GmbH
Anschrift:	Gewerbepark 2, 8111 Gratwein-Straßengel
Staat:	Österreich
Branche:	Ziviltechniker
Website:	www.mach-partner.at
Anzahl der MitarbeiterInnen:	26
Ein-Personen-Unternehmen:	nein
(Hinweis: Wenn ja, werden die für EPU gültigen Werte automatisch in die Berechnung übernommen.)	
Bilanzjahr:	2019
ErstellerIn:	Thomas Mach
E-Mail-Adresse:	thomas.mach@mach-partner.at
Telefonnummer:	0664/1803674
BeraterIn:	Dr. Michael Weiß
E-Mail-Adresse:	
Telefonnummer:	
Kurzbeschreibung des Unternehmens:	
Sonstige Anmerkungen:	

Gemeinwohl-Bilanz-Rechner - Version 4.1.2.

BERECHNUNG DER EINZELNEN INDIKATOREN

Unternehmen: Mach & Partner ZT-GmbH; Jahr: 2019

BILANZSUMME:	54%	544	1000
--------------	-----	-----	------

Nr.	Berührungsgruppe/Indikator/Kriterium	Gew.	Ist-Zustand	Verbesserungspotenzial	Erfüll.	Pkte	Max.
A	LIEFERANT/INNEN				50%	45	90
A1	Ethisches Beschaffungsmanagement				50%	45	90
A1.1	Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen	hoch	Lieferantenbewertung nach NH-Kriterien,	Preis der Dienstleistung; wirtschaftlichen Druck der AG nicht weitergeben	80%	27	45
A1.2	Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter P/D und Prozesse zur Sicherstellung	mittel	Lieferantenkodex vorhanden und kommuniziert	Dialog mit Lieferanten verstärken	20%	6	30
A1.3	Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung	niedrig	konsensueller Preis im Vordergrund, Evaluierung erfolgt	Dialog mit Lieferanten verstärken	60%	9	15
B	GELDGEBER/INNEN				30%	9	30
B1	Ethisches Finanzmanagement				30%	9	30
B1.1	Institutionalisierung	mittel	in Unternehmensgrundsätzen verankert, aktive Suche	Umsetzung weiter vorantreiben	30%	3	9
B1.2	Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters	niedrig	M+M CSR-Zertifiziert, Banken mit Palette	Suche nach ethischen Finanzdienstleistern	30%	1	4
B1.3	Gemeinwohl-orientierte Veranlagung	hoch	MVK bei Fair finance	Suche nach ethischen Finanzdienstleistern	30%	4	13
B1.4	Gemeinwohl-orientierte Unternehmens-Finanzierung	niedrig	aktive Suche mit externem Berater	Suche nach ethischen Finanzdienstleistern	30%	1	4
C	MITARBEITER/INNEN INKL. EIGENTÜMER/INNEN				55%	176	320
C1	Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung				70%	63	90
C1.1	MitarbeiterInnen-orientierte Organisations-kultur und -strukturen	mittel	Grad der Mitbestimmung sehr hoch	kaum Verbesserungen möglich	60%	14	23
C1.2	Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik	mittel	absolute Gleichstellung, Gehaltsniveau sehr hoch	kaum Verbesserungen möglich	80%	18	23
C1.3	Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/flexible Arbeitszeiten	mittel	Fit to Work Eingliederungsmanagement	betriebliche Gesundheitsförderung	70%	16	23
C1.4	Gleichstellung und Diversität	mittel	Geschlechtergleichstellung auf hohem Niveau	Behindertengerechtigkeit	70%	16	23
C2	Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit				40%	20	50
C2.1	Senkung der Normalarbeitszeit	hoch	keine OS_Pauschalen, OS Abbau	kein Potenzial mehr	60%	13	21
C2.2	Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei voller Bezahlung)	mittel	voller Lohnausgleich bei Teilzeit nicht realisierbar weil direkte Auswirkung auf Stundensätze	kein Potenzial mehr	10%	1	14
C2.3	Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit	mittel	Gleitzeit, hohe Akzeptanz der GF für Wünsche der MA	kein Potenzial mehr	50%	7	14
C3	Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen				40%	12	30
C3.1	Ernährung während der Arbeitszeit	hoch	Initiativen für gesunde Ernährung im Büro	schwer besserbar Ernährungsgewohnheiten	80%	7	11
C3.2	Mobilität zum Arbeitsplatz	hoch	MA kommen aus unterschiedlichen Gebieten	schwer besserbar Förderung Off-Tickets	10%	1	11
C3.3	Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse	mittel	bereits hoher Standard	noch mehr Bewusstseinsbildung	60%	5	8
C4	Gerechte Verteilung des Einkommens				90%	54	60
C4.1	Innerbetriebliche Einkommensspreizung	hoch	1 zu 2,5	kein Potenzial mehr	100%	30	30
C4.2	Mindesteinkommen	mittel	über 1.330	kein Potenzial mehr	100%	20	20
C4.3	Transparenz und Institutionalisierung	niedrig	System ist ausreichend transparent	kein Potenzial mehr	20%	2	10
C5	Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz				30%	27	90
C5.1	Grad der Transparenz	niedrig	Bestimmte Zahlen ständig einsehbar, 1x im Monat	kein Potenzial mehr	30%	3	11
C5.2	Legitimierung der Führungskräfte	mittel	Konsultation von MA-Vertretern	kein Potenzial mehr	10%	2	23
C5.3	Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmen-Entscheidungen	hoch	Management- und Führungskreis	andere Form der Mitbestimmung überlegen	60%	20	34
C5.4	Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen	mittel	Grundsätzliche Bereitschaft aber dezt. nicht möglich	Beteiligungsmodell entwerfen	10%	2	23

D KUND/INNEN, PRODUKTE, DIENSTLEISTUNGEN, MITUNTERNEHMER/INNEN				52%	140	270	
D1	Ethisches Verkaufen			80%	40	50	
D1.1	Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische KundInnen-Beziehung (ethisches Marketing und Verkauf)	hoch	aufgrund ONR 192500 umgesetzt	kein Potenzial mehr	100%	17	17
D1.2	Produkttransparenz	mittel	alle Informationen zu den Dienstleistungen liegen offen	kein Potenzial mehr	60%	7	11
D1.3	Umfang der KundInnen-Mitbestimmung / gemeinsame Produktentwicklung / Marktforschung	mittel	Dienstleistung wird zu 100% vom Kunden bestimmt	kein Potenzial mehr	100%	11	11
D1.4	Service-Management	mittel	Hohes Servicebewusstsein	kein Potenzial mehr	60%	7	11
D2	Solidarität mit Mitunternehmern			40%	28	70	
D2.1	Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie	niedrig	große Solidarität mit MB trotz Wettbewerb	kein Potenzial mehr	60%	8	14
D2.2	Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen usw. (kooperative Marktteilnahme)	hoch	1 bis 2 Kooperationsunternehmen	weitere Kooperationen suchen	30%	13	42
D2.3	Kooperatives Marketing	niedrig	keine Brancheninitiativen	offen bleiben	60%	8	14
D3	Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen			50%	45	90	
D3.1	Effizienz und Konsistenz: Produkte/Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu MitwerberInnen bzw. Alternativen mit vergleichbarem Nutzen	hoch	Nachhaltigkeitsprüfung Planung und Bau	Bewusstseinsbildung bei Kunden für nachh. Maßnahmen	30%	12	39
D3.2	Suffizienz: Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizientem Konsum	mittel	Nachhaltigkeitsprüfung Planung und Bau	Bewusstseinsbildung bei Kunden für nachh. Maßnahmen	60%	15	26
D3.3	Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber	mittel	Nachhaltigkeitsprüfung Planung und Bau	Bewusstseinsbildung bei Kunden für nachh. Maßnahmen	60%	15	26
D4	Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen			50%	15	30	
D4.1	Erleichterter Zugang zu Informationen/ Produkten/Dienstleistungen für benachteiligten KundInnengruppen	mittel	hohe Nachlässe für Privatkunden, WGs	kein Potenzial mehr	60%	9	15
D4.2	Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt	mittel	hohe Bereitschaft	offen bleiben	30%	5	15
D5	Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards			40%	12	30	
D5.1	Kooperation mit MitwerberInnen und PartnerInnen der Wertschöpfungskette	hoch	2 bis 3 Kooperationsunternehmen	weitere Kooperationen suchen	50%	6	11
D5.2	Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards	mittel	Vergaberecht, Gemeinwohl	weiterhin aktiv in der IK vertreten	30%	2	8
D5.3	Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe	hoch	Faire Vergabe, Gewässerschutz	weiterhin aktiv in der IK vertreten	30%	3	11
E GESELLSCHAFTL. UMFELD (REGION, SOUVERÄN, ZUKÜNFT. GENERATIONEN, MITMENSCHEN, NATUR)				60%	174	290	
E1	Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte/Dienstleistungen			100%	90	90	
E1.1	Produkte/Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder dienen der Entwicklung der Menschen/der Gemeinschaft/der Erde und generieren positiven Nutzen	hoch	Wasser für Generationen	kein Potenzial mehr	100%	45	45
E1.2	Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen	hoch	Wasser für Generationen	kein Potenzial mehr	100%	45	45
E2	Beitrag zum Gemeinwesen			50%	20	40	
E2.1	Leistungen	hoch	Spenden, pers. Engagement 250 h, 1,5%	kaum Verbesserungen möglich	30%	5	17
E2.2	Wirkungen	hoch	GWÖ, Generationen	Wirkung kaum messbar	60%	10	17
E2.3	Intensität	niedrig	seit 2012 intensiv durch GF seit 2017 FB WIG	kaum Verbesserungen möglich	80%	5	6
E3	Reduktion ökologischer Auswirkungen			40%	28	70	
E3.1	Absolute Auswirkungen	mittel	jährliche Analyse mit Verbesserung	kaum Verbesserungen möglich	60%	11	18
E3.2	Relative Auswirkungen	hoch	generell geringe Auswirkungen der Branche	kaum Verbesserungen möglich	30%	8	26
E3.3	Management und Strategie	hoch	keine Strategie, da nur geringe Relevanz	kaum Verbesserungen möglich	30%	8	26

E4	Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe				50%	30	60
E4.1	Außenausschüttung	hoch	verdeckte Ausschüttung über Stille Beteiligung	Stille Beteiligung rückführen	60%	18	30
E4.2	Gemeinwohl-orientierte Gewinnverwendung: Ausschüttung an Arbeit-Gebende, Stärkung des Eigenkapitals sowie ökosoziale Reinvestitionen	hoch	keine Gewinnausschüttung möglich	Beteiligungsmodell langfristig	30%	9	30
E5	Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung				20%	6	30
E5.1	Umfang GWÖ-Bericht (oder GRI-Level Nachhaltigkeitsbericht)	hoch	Bericht basierend auf GW-Bilanz	Reichweite erhöhen	40%	5	11
E5.2	Art der Mitbestimmung und Dokumentation	hoch	Anhörung und Beschwerdemanagement	kaum Verbesserungen möglich	10%	1	11
E5.3	Umfang der Mitbestimmung und einbezogener Berührungsgruppen	mittel	die wichtigsten	kaum Verbesserungen möglich	10%	1	8
N NEGATIV-KRITERIEN				0	-2800		
N1	Verletzung der Menschenwürde				0	-550	
N1.1	Verletzung der ILO-Arbeitsrechte/-normen/Menschenrechte				0%	0	-200
N1.2	Menschenwürdige Produkte und Dienstleistungen				0%	0	-200
N1.3	Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, die die Menschenwürde verletzen				0%	0	-150
N2	Unsolidarisches Verhalten				0	-500	
N2.1	Feindliche Übernahme				0%	0	-200
N2.2	Sperrpatente				0%	0	-100
N2.3	Dumpingpreise				0%	0	-200
N3	Umweltzerstörung				0	-450	
N3.1	Illegitime Umweltbelastungen				0%	0	-200
N3.2	Verstöße gegen Umweltauflagen				0%	0	-150
N3.3	Geplante Obsoleszenz				0%	0	-100
N4	Sozial ungerechtes Verhalten				0	-750	
N4.1	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens				0%	0	-200
N4.2	Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung trotz Gewinn				0%	0	-150
N4.3	Umgehung der Steuerpflicht				0%	0	-200
N4.4	Keine angemessene Verzinsung für nicht-mitarbeitende Gesellschafter				0%	0	-200
N5	Undemokratisches Verhalten				0	-550	
N5.1	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Tochterunternehmen				0%	0	-100
N5.2	Verhinderung eines Betriebsrats				0%	0	-150
N5.3	Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbyisten und Lobby-Organisationen / Nichteintragung in das Lobby-Register der EU				0%	0	-200
N5.4	Exzessive Einkommensspreizung				0%	0	-100
BILANZSUMME					54%	544	1000

GEMEINWOHL-MATRIX

Unternehmen: Mach & Partner ZT-GmbH; Jahr: 2019

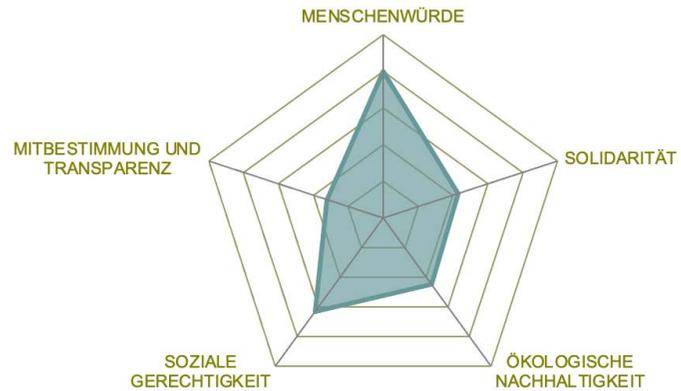
Bilanzsumme: 544 von 1000 Punkten

Berühungsgruppe	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhalt.	Soziale Gerechtigkeit	Mitbestimm. & Transp.
A: LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				45 von 90 50%
B: GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				9 von 30 30%
C: MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	C3: Förderung des ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz
	63 von 90 70%	20 von 50 40%	12 von 30 40%	54 von 60 90%	27 von 90 30%
D: KundInnen/ Produkte/ Dienstleistungen/ Mitunternehmern	D1: Ethisches Verkaufen	D2: Solidarität mit Mitunternehmern	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D5: Erhöhung der so-zialen und ökologischen Branchenstandards
	40 von 50 80%	28 von 70 40%	45 von 90 50%	15 von 30 50%	12 von 30 40%
E: Gesellschaftliches Umfeld	E1: Sinn u. gesellschaftliche Wirkung der Produkte u. Dienstleistung.	E2: Beitrag zum Gemeinwesen	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4: Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung
	90 von 90 100%	20 von 40 50%	28 von 70 40%	30 von 60 50%	6 von 30 20%
Negativkriterien	Verletzung der ILO-Arbeitsrecht/-normen/ Menschenrechte	Feindliche Übernahme	Illigitime Umweltbelastungen	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen/Töchter
				0 von -200	0 von -100
	Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	Sperrpatente	Verstöße gegen Umweltauflagen	Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerungen trotz Gewinn	Verhinder. Betriebsrat
				0 von -150	0 von -150
	Beschaffung bei/Kooperation mit menschenwürdeverletzenden Unt.	Dumpingpreise	Geplante Obsoleszenz	Umgehung Steuerpflicht	Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbyisten/Lobby-Organisat.
				0 von -200	0 von -200
			Unangemessene Zinsen für Nicht-Mitarbeitende	Exzessive Einkommensspreizung	
			0 von -150	0 von -200	0 von -100



Gemeinwohl-Bilanz-Rechner - Version 4.1.2.

Gemeinwohl-Stern für Mach & Partner ZT-GmbH

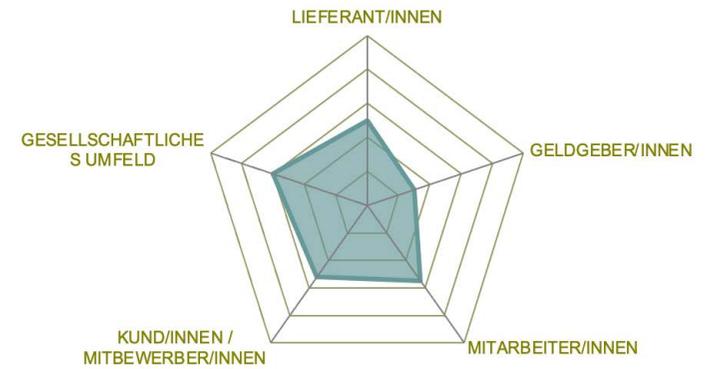


BILANZ-ÜBERSICHT		
MENSCHENWÜRDE	204 von 254	80%
SOLIDARITÄT	79 von 184	43%
ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	96 von 214	45%
SOZIALE GERECHTIGKEIT	110 von 174	63%
MITBESTIMMUNG UND TRANSPARENZ	56 von 174	32%
SUMME	544 von 1000	54%



Gemeinwohl-Bilanz-Rechner - Version 4.1.2.

Gemeinwohl-Stern für Mach & Partner ZT-GmbH

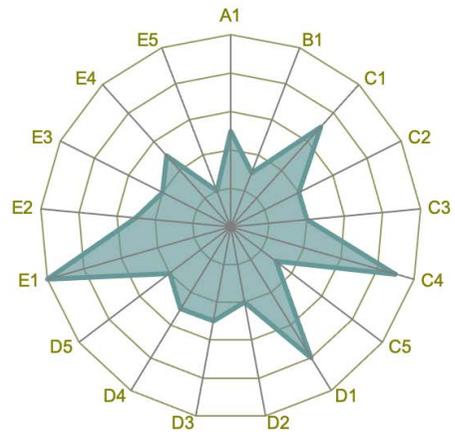


BILANZ-ÜBERSICHT		
LIEFERANT/INNEN	45 von 90	50%
GELDGEBER/INNEN	9 von 30	30%
MITARBEITER/INNEN	176 von 320	55%
KUND/INNEN / MITBEWERBER/INNEN	140 von 270	52%
GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	174 von 290	60%
SUMME	544 von 1000	54%



Gemeinwohl-Bilanz-Rechner - Version 4.1.2.

Gemeinwohl-Stern für Mach & Partner ZT-GmbH



BILANZ-ÜBERSICHT			
A1	45	von 90	50%
B1	9	von 30	30%
C1	63	von 90	70%
C2	20	von 50	40%
C3	12	von 30	40%
C4	54	von 60	90%
C5	27	von 90	30%
D1	40	von 50	80%
D2	28	von 70	40%
D3	45	von 90	50%
D4	15	von 30	50%
D5	12	von 30	40%
E1	90	von 90	100%
E2	20	von 40	50%
E3	28	von 70	40%
E4	30	von 60	50%
E5	6	von 30	20%
SUMME	544	von 1000	54%





MACH & PARTNER ZT-GMBH

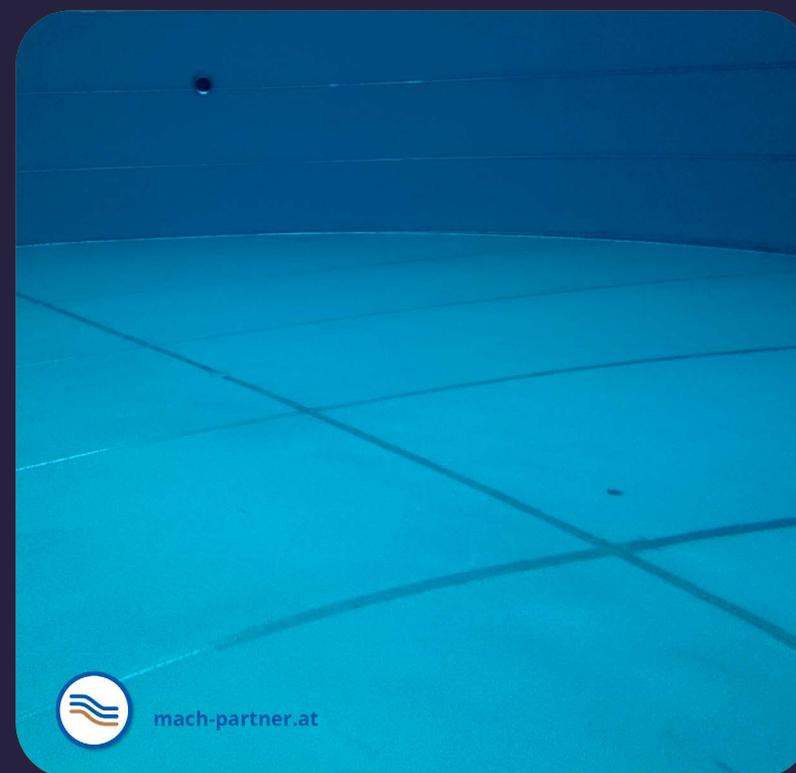
Mach & Partner ZT-GmbH

Geschäftsführer: DI Thomas Mach,
DI Andreas Kratz

Gewerbepark 2
8111 Gratwein-Straßengel

office@mach-partner.at
+43 3124 54 452

mach-partner.at



mach-partner.at