

Mittelberger GmbH

Kompaktbilanz 2018



 Conceptlicht
Leuchtet ein


DorfElektriker
bringt Energie und Licht

Impressum

Kompaktbilanz 2018. Zur Erlangung des Zertifikates „Gemeinwohlökonomie-Betrieb“.

Autoren: Angelika Ludescher, Tim Mittelberger, Claudia Ströhle, Nadine Struger

Dorfelektriker Mittelberger GmbH, Lastenstraße 37, 6840 Götzis
+43 5523 64565 | www.dorfelektriker.at | info@dorfelektriker.at

Veröffentlichung: 1. Oktober 2019

Hinweis

Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wird in der vorliegenden Gemeinwohlbilanz die männliche Sprachform bei personenbezogenen Substantiven und Pronomen verwendet. Dies impliziert jedoch keine Benachteiligung des weiblichen Geschlechts, sondern soll im Sinne der sprachlichen Vereinfachung als geschlechtsneutral zu verstehen sein.

Inhalt

1. Allgemeine Informationen zum Unternehmen	5
1.1 Kurzpräsentation des Unternehmens	5
1.2 Produkte / Dienstleistungen	6
1.3 Das Unternehmen und Gemeinwohl.....	6
2. Testat	7
3. Lieferanten	9
3.1 A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	9
3.2 A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	10
3.3 A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette	11
3.4 A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	12
4. Geldmittel	13
4.1 B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	13
4.2 B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	13
4.3 B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	14
4.4 B4 Eigentum und Mitentscheidung	14
5. Mitarbeiter.....	15
5.1 C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	15
5.2 C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	17
5.3 C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	17
5.4 C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	17
6. Kunden	19
6.1 D1 Ethische Kundenbeziehung	19
6.2 D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	19
6.3 D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	20
6.4 D4 Kunden Mitwirkung und Produkttransparenz	20
7. Gesellschaftliche Wirkung	21
7.1 E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	21
7.2 E2 Beitrag zum Gemeinwesen	22
7.3 E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	22
7.4 E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	25
8. Ausblick	26
8.1 Kurzfristige Ziele	26
8.2 Langfristige Ziele.....	26
9. Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz.....	27
9.1 Autoren.....	27
9.2 Stakeholder	27

1. Allgemeine Informationen zum Unternehmen



Außenansicht des Betriebsgebäudes

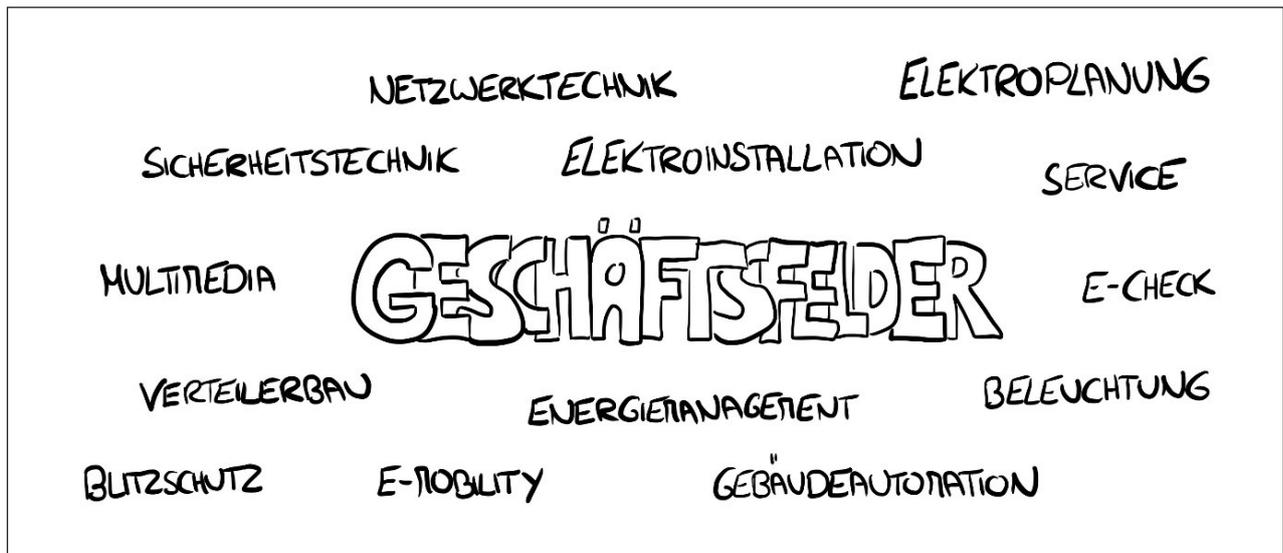
1.1 Kurzpräsentation des Unternehmens

<i>Firmenname</i>	Mittelberger GmbH
<i>Website</i>	www.dorfelektriker.at , www.conceptlicht.net
<i>Branche</i>	Handwerk
<i>Firmensitz</i>	Lastenstraße 37, 6840 Götzis
<i>Gesamtanzahl der Mitarbeitenden</i>	74
<i>Vollzeitäquivalente</i>	64
<i>Umsatz</i>	8,94 Mio. EUR im 2018 / Gruppenumsatz
<i>Berichtszeitraum</i>	2018

Die Mittelberger GmbH versteht sich mit den Marken Dorfelektriker und Conceptlicht als Dienstleister in der Elektroinstallations- und Beleuchtungsbranche. Seit 1982 setzt das Familienunternehmen in der zweiten Generation auf höchstmögliche Qualität, ein breites Spektrum an Dienstleistungen, persönliche und fachliche Entwicklung der Mitarbeiter, perfektes Know-How bei Produkt und Montage sowie auf den wertschätzenden Umgang mit Kunden und Partnern. Es bleibt das Ziel des

Unternehmens, vonseiten der Kunden, aber auch im Benchmark als qualitätsbewusstes, flexibles und innovatives Dienstleistungsunternehmen wahrgenommen zu werden, welches in Vorarlberg, wenn nicht sogar im Dreiländereck führend ist.

1.2 Produkte / Dienstleistungen



Übersicht der Geschäftsfelder

1.3 Das Unternehmen und Gemeinwohl

Die Mittelberger GmbH war im Jahre 2012 schon einmal gemeinwohlerzertifiziert. Der Thematik wurde in den folgenden Jahren jedoch nicht mehr die nötige Relevanz zugesprochen. Verschiedenste gesellschaftspolitische Entwicklungen weisen jedoch daraufhin, dass gerade solche Zertifikate in Zukunft eine wesentliche Rolle spielen werden. Sei es die Nachhaltigkeit, das Thema „New Work“ oder einfach nur neue Werthaltungen der Arbeitnehmer. Diese Entwicklungen zeigen deutlich, dass sich die Arbeitswelt mitten im Wandel befindet. Diese Veränderungen sehen wir als Chance, uns selbst und auch das Unternehmen weiter zu entwickeln. Die Rolle der Gemeinwohloökonomie verstehen wir dabei als orientierende und richtungsweisende Hilfestellung.



Tim Mittelberger, BSc BA, Prokurist

Ansprechpartner GWÖ Mittelberger GmbH

Tim Mittelberger, BSc BA

Mittelberger GmbH
Lastenstraße 37, 6840 Götzis

T +43(0)5523-64565-232
M +43(0)664-9284337

tim.mittelberger@dorfelektriker.at
www.dorfelektriker.at

2. Testat



GEMEINWOHL
ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft
Vorarlberg

AUSZEICHNUNG

WIR GRATULIEREN

Dorfelektriker Mittelberger GmbH

Lastenstraße 37, 6840 Götzis

**ZUR ERFOLGREICHEN PEER-EVALUIERUNG
DER GEMEINWOHL-BILANZ**

GÜLTIGKEIT DES GEMEINWOHL-ZERTIFIKATES
BIS 31.12.2021

Mäder, am 05.02.2020

Mag. Gebhard Moser
Geschäftsführer GWÖ Vorarlberg

Gerhard Müller
Obmann GWÖ Vorarlberg



Zertifikat:	Peerevaluation	Gemeinwohl-Bilanz	für	Dorfelektriker Mittelberger GmbH
	M5.0 Kompaktbilanz	2018	Peergruppe:	PG-Vorarlberg-2019-01
Begleiter*in	Günter Lenz			Beteiligte Peergruppen Firmen
				Winkler Solar GmbH
				Headgate

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 50 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 30 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 30 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 50 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 90 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 50 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 20 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 90 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 80 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 60 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 80 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 80 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 70 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 50 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 60 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 50 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 40 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 80 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 20 %

Testat gültig bis:
31. Dezember 2021

BILANZSUMME:
580

Mit diesem Zertifikat wird das Peergroup-Ergebnis des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: Iq7kw
Nähere Informationen zur Matrix und dem Verfahren der Peerevaluation finden Sie auf www.ecogood.org

3. Lieferanten

Wir verstehen unsere Lieferanten als Partner. Eine erfolgreiche, langfristige Zusammenarbeit ist uns wichtiger als ein kurzfristig vorteilhafter Einkauf. Gerade in der heutigen VUCA-Welt mit ihrer hochgradigen Komplexität ist es unabdinglich, Konstanten im Bezug auf Partnerschaften in der Supply Chain einzuführen, wenn es irgendwie möglich ist. Unternehmensnetzwerke sind die einzige Antwort auf die am Markt geforderte Flexibilität und die immer größer werdende Schnittstellenthematik, die uns gerade in der Baubranche immens beschäftigt.

3.1 A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Neben konventioneller Elektroinstallationsware wie Kabel, Verteiler und Schaltermaterial kauft die Mittelberger GmbH zahlreiche Elektronik-Produkte von einer Vielzahl verschiedener Lieferanten zu, um die Geschäftsfelder bedienen zu können.

Unter anderem:

- Beleuchtung
- Automationskomponenten
- Netzwerkkomponenten
- Multiroom Audiolösungen
- Kameras und Zutrittslösungen
- Ladestationen

Es werden jedoch auch zahlreiche Dienstleistungen in Anspruch genommen. Bei folgenden Geschäftsfelder greifen wir immer wieder auf die Unterstützung und Hilfe unserer Partner zurück:

- Gebäudeautomation
- Netzwerktechnik
- Multimedia
- Sicherheitstechnik
- Blitzschutz
- Energiemanagement
- E-Mobility

Wir pflegen mit unseren Kunden nicht nur eine einfache Handelsbeziehung. Das große und vor allem komplexe Produktsortiment der Mittelberger GmbH setzt gut funktionierende Partnerschaften mit den Lieferanten voraus, die immer wieder direkt in die Projekte miteinbezogen werden. Dabei gilt es als Lieferant der Mittelberger GmbH gewisse Kriterien zu erfüllen.

Verfügbarkeit

Gewisse Komponenten sind schwierig zu beschaffen, da die Auswahl sehr beschränkt ist. Die Sonderteile können nur von bestimmten Lieferanten bezogen werden. Leider fehlen uns aber die Alternativen, um den Lieferanten wechseln zu können.

Regionalität

Wenn möglich achten wir darauf, Produkte aus der DACH-Region, oder zumindest aus Europa beziehen zu können. Dabei geht es uns nicht nur darum, die lokale Wirtschaft zu stärken und den negativen Folgen der Globalisierung entgegen zu wirken. Wir haben damit auch einen Ansprechpartner in unmittelbarer Nähe, der uns bei Reklamationen auch persönlich vor Ort zur Seite stehen. So wird der Großteil des Umsatzes mit regionalen Lieferanten abgedeckt. Auch die Beleuchtung bekommen wir mit einer Ausnahme von europäischen Lieferanten.

Preisgestaltung

Neben der Verfügbarkeit und der Regionalität spielt der Preis natürlich eine große Rolle. Gerade im Handwerk ist die Inflation stark spürbar, wird aber von der Gesellschaft nur bedingt wahrgenommen. In vielen Fällen können die Budgetvorstellungen der Kunden nicht eingehalten werden. Umso wichtiger ist es, wenn möglich, kostengünstigere Alternativen anbieten zu können.

Auf ökologische Aspekte wurde, wenn, nur in Einzelfällen geachtet:

- Diskussion Tintenstrahldrucker oder Laserdrucker
- Einkauf über Amazon
- Umstieg auf 100% halogenfreies Rohr in der Verarbeitung

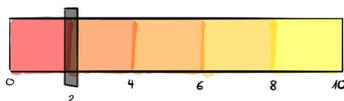
Leider ist es in der Elektroinstallationstechnik-Branche nur schwer möglich, Produktzertifikate, die auf soziale Nachhaltigkeit verweisen, als Kriterien für die Lieferantenwahl festzulegen. Da es kaum Zertifikate gibt, können wir nur darauf achten, ob unsere Lieferanten über Nachhaltigkeitsberichte verfügen und wie das Thema Nachhaltigkeit gelebt und thematisiert wird. Durch die intensiven persönlichen Beziehungen mit unseren

Lieferanten, die wir größtenteils schon persönlich besucht haben, können wir zumindest garantieren, dass sie menschenwürdige Arbeitsplätze zur Verfügung stellen.

Die sozialen Risiken sollen mittels eines Fragebogens überprüft werden, den wir an all unsere Lieferanten versenden. Ziel dabei ist es nicht nur, den entsprechenden Lieferanten zu bewerten, sondern auch, ökologische Kriterien festzulegen, mit welchen wir zukünftige Lieferanten auswählen werden. Darüber hinaus soll die Befragung für die Lieferanten als Ansporn dienen, deren Supply Chain (Zulieferkette) selbst genauer zu überprüfen. Wir erwarten nämlich von jedem unserer Lieferanten ein Statement darüber, ob er auch die Rückmeldung über die Arbeitsbedingungen seines Lieferanten eingefordert hat. Kein Statement werden wir dabei auch als Statement.

Mit den zehn größten Lieferanten setzten wir im Beobachtungszeitraum 2018 rund 78 % unseres Einkaufsvolumens um. Diese Lieferanten dienen als Zielgruppe für die Befragung und wurden genauer betrachtet. Im Betrachtungszeitraum konnten für alle zehn Lieferanten die Arbeitsbedingungen auf Menschenwürde positiv bestätigt werden. Bei allen Lieferanten herrschen positive Arbeitsbedingungen. Der Dorfinstallateur ist sogar gemeinwohlzertifiziert.

Keiner der befragten Hersteller kann Produktzertifikate aufweisen. Zumindest bekamen wir jedoch von rund 50 % der Lieferanten die Antwort, dass sie selbst an der Menschenwürde orientiert beschaffen würden. Bei den restlichen 50 % der Lieferanten haben wir keine Rückmeldung über die Einhaltung der Menschenwürde in der Zulieferkette bekommen. Demnach können wir nicht sicherstellen, dass die Menschenwürde in unserer Supply Chain nicht verletzt wird. Die Angaben in der Tabelle beruhen auf schriftlichen Antworten der befragten Lieferanten. Verbale Antworten der Lieferanten wurden in dieser Tabelle nicht berücksichtigt.



Das primäre Ziel ist es nun, die Tabelle zu vervollständigen und Antworten aller unserer Lieferanten zu erhalten. Weiters wollen wir unsere

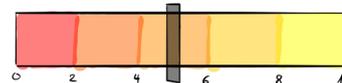
direkten Lieferanten dazu motivieren, ihre Produkte zertifizieren zu lassen, sofern es diese Zertifizierungen in naher Zukunft überhaupt geben sollte. Dabei müssen wir einen Teil der Verantwortung auch bei unseren Lieferanten lassen. Wie viel Einfluss wir als Mittelberger GmbH beispielsweise in die Kupferbörse haben, bleibt zu hinterfragen. Vielmehr versuchen wir also, uns auf unsere direkten Vorgänger in der Supply Chain zu konzentrieren.

3.2 A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Als einzige Maßnahme, die den fairen und solidari-schen Umgang aller Stakeholder der Supply Chain untereinander fördern sollte, gilt die direkte Konfrontation. In Konfliktfällen wird das Gespräch mit dem Lieferanten gesucht.

Zur Evaluierung eventuell vorhandener Missstände dienen die „Fokus Gruppen“. Arbeitsgruppen, welche durch sich wiederholende Jour-Fix-Termine an einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess arbeiten. Die Fokusgruppen treffen sich, je nach Bedarf, wöchentlich, monatlich oder einmal im Quartal. Dazu zählt auch die Analyse der Lieferanten. Fallweise werden Partnerschaften genauer betrachtet und hinterfragt, vorhandene Risiken bewertet und Missstände aufgezeigt. Der faire und solidarische Umgang mit allen Stakeholdern wurde mit unseren direkten Lieferanten zwar thematisiert, keiner dieser Lieferanten kann jedoch ein Label aufweisen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt.

Da wir über keine Marktmacht verfügen, können wir bestätigen, dass unsere Lieferanten nicht ausgenutzt werden. Es gibt weder Knebelverträge, noch wird Preisdumping betrieben.



Unser Ziel ist es, ein Monitoring bzw. eine einfache Bewertungsplattform in unserem Wissensmanagement aufzubauen, welches Konflikte, die unter „Verletzung der Solidarität und Gerechtigkeit“ fallen, sichtbar macht, um damit Warnindikatoren für eine unzufriedenstellende Partnerschaft realisieren zu können und im Konfliktfall eine Argumentationsbasis zu schaffen.



Übersicht der Fokusgruppen

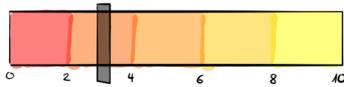
3.3 A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

Es gibt keinen wirklichen Kriterienkatalog und keine Risikoanalyse nach welchem Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt oder bewertet werden. Wir hatten bisher keinen Bedarf dafür, da neben dem Kupfer und den Konfliktmineralien (Elektronik), beides Ressourcen, die in der Supply Chain mindestens zwei Stufen vor uns beschaffen werden, keine Produkte und Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen. Es spielt keine Rolle, von welchem Großhändler wir unser Kabel beziehen, das Kupfer kommt immer von derselben Börse. Wirkliche Alternativen gibt es keine. Demnach haben wir hier nicht wirklich viele Möglichkeiten. Auch in Bezug auf Konfliktmaterialien wollen wir die Verantwortung in erster Linie bei unseren Zulieferern lassen. Um keine qualitativen Einbußen in Kauf zu nehmen, geht es uns gerade bei den komplexen Geschäftsfeldern um das Produkt. Auf jeden Fall aber sollten beide angesprochenen ökologischen Risiken immer wieder auch bei den Lieferanten thematisiert und ein Statement gefordert werden.

Neben den Faktoren Preis und Qualität versuchen wir aber so gut es geht, nachhaltig einzukaufen. Dies passiert aber eher sporadisch als koordiniert. Auch wenn es den ökologischen Kriterienkatalog bei der Produktauswahl nicht gibt, können wir uns durch einige spezifische Maßnahmen vom Wettbewerb abheben:

Unser komplettes Betriebsgebäude wird mit erneuerbarer Energie versorgt. Unser Stromverbrauch ist durch die VKW Klima Cent Initiative und unsere eigene PV-Anlage zu 100% mit Ökostrom abgedeckt. Unser Bürobedarf wird durch einen langjährigen Lieferanten abgedeckt, der für uns ökologische Produkte beschafft. Klassische Risikoprodukte führen wir nicht. Kupfer und PVC als Bestandteil unserer Produkte (Drähte, Schläuche, Schienen usw.) sind noch nicht durch alternative Materialien zu ersetzen. Zumindest haben wir jedoch seit einiger Zeit eine PVC-freie Alternative für den Installationsschlauch. Im Bereich Beleuchtung setzen wir seit 2013 auf LED und vertreiben nahezu hauptsächlich nur noch die energiesparende Alternative zu Halogenleuchtmitteln. Abschließend konnten wir durch einen verbesserten Kommissionierungsprozess bei unserem Großhändler den

Verpackungsaufwand minimieren, da wir die Ware in wiederverwendbaren Boxen bekommen.



Als nächsten Schritt gilt es, Kriterien auszuarbeiten, die wir als nachhaltig kategorisieren würden. Damit wird ein Kriterienkatalog zur Produktauswahl unter der Berücksichtigung der ökologischen Aspekte erstellt.

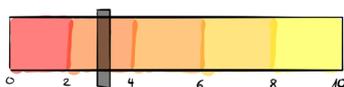
ökologischen Aspekte erstellt.

3.4 A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Es gibt keine fixierten oder verschriftlichten Prozesse, die den transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten in der Supply Chain fördern. Demnach werden Risiken und Missstände weder geprüft noch sanktioniert. Gespräche mit den Lieferanten finden auch hier eher je nach Bedarf und spontan statt. Das Mitsprache- und Mitentscheidungsrecht ist auf jeden Fall gegeben, aber keinesfalls messbar. Durch die engen Partnerschaften zu den Lieferanten kommt es immer wieder zu gemeinsamen Gestaltungsprozessen der Supply Chain.

Wir haben beispielsweise mit unserem Großhändler gemeinsam den kompletten Logistik Prozess überarbeitet. Wenn möglich, wird die Ware direkt auf die Baustelle geliefert. Somit entfällt der zuvor übliche Zwischenschritt der Kommissionierung in unserem Betrieb. Das geht sogar so weit, dass die Komponenten im Wohnbau nach den einzelnen Wohneinheiten sortiert werden. Somit müssen die fertig auf die Wohneinheiten vorsortierten Boxen nur noch in die jeweilige Einheit gestellt werden. Die Monteure auf der Baustelle ersparen sich einen aufwändigen Umsortierungsprozess.

Es wurde mit zehn Lieferanten das Thema „Transparenz und Mitentscheidung“ thematisiert. Keiner der befragten Lieferanten kann diesbezüglich ein Produktlabel vorweisen.



4. Geldmittel

Wir stehen kurz davor, die Mittelberger GmbH durch eine Einbringung in eine operative GmbH und eine Immobilien-Gesellschaft aufzuteilen. Wir beteiligen die Teamleiter der drei Installations-teams (Team Gewerbe mit zwei Teamleitern, Team Wohnbau, Team Service) mit jeweils 5 % an der Gesellschaft. Im Betrachtungszeitraum wird jedoch noch von der Mittelberger GmbH als einzelne GmbH ausgegangen.

4.1 B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

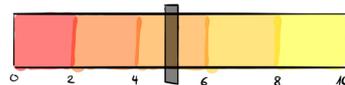
Bisher wurde das Eigenkapital stets erhöht, da die Gewinne aus der laufenden Geschäftstätigkeit immer thesauriert wurden, um Investitionen finanzieren und Risiken decken zu können. Aufgrund der Haftung und um die Beteiligung für die zukünftigen Gesellschafter an der operativen GmbH finanzierbar zu machen, wurde 2017 eine größere Ausschüttung getätigt. Die operative Gesellschaft wird um alle verfügbaren liquiden Eigenmittel erleichtert, die im Sinne der Liquidität durch langfristige Kredite ersetzt werden.

Mit Start der neuen operativen Gesellschaft setzen wir uns einen absoluten Eigenkapitalwert und eine Eigenkapitalquote als Ziel. Diese beiden Ziele werden ebenfalls durch das Thesaurieren von Gewinnen erreicht. Es gibt somit bis zur Erreichung des Sollwertes keine Ausschüttungen an die Gesellschafter, was vertraglich festgehalten wird. Damit können wir bestmöglich die Reduktion von konventionellen Krediten bewerkstelligen und

Eigenkapital	Anteil Eigenkapital in %	45 %
	Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche	48,5 %
	Ergebnisstarke Unternehmen/ KMU-Gesamtdurchschnitt/ Mittelunternehmen	28,4 % 31,6 %
Fremdkapital	Darlehen bei Banken	38 % (874k)
	Lieferantenverbindlichkeiten	22 % (498k)
	Sonstige Verbindlichkeiten	29 % (664k)
	Rückstellungen	10 % (237k)

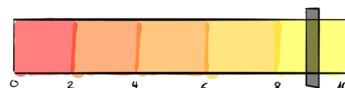
durch das Aufbauen liquider Mittel Finanzrisiken minimieren.

Die langfristigen Kredite werden über einen unserer langjährigen Partner realisiert, der Raiffeisenbank am Kumma. Wir haben das Thema Nachhaltigkeit dezidiert angesprochen und ein Statement bezüglich Veranlagung finanzieller Mittel angefordert. Laut Raiffeisenbank werden 90 % des veranlagten Geldes in Form von Krediten an Kunden wieder ausgeschüttet und nur ca. 10 % wieder veranlagt. Da es sich bei der Raiffeisenbank um eine Genossenschaft handelt, wird hier der Gemeinwohlgedanke bereits gelebt. Bei der Finanzierung werden für den Moment keine Ethikbanken berücksichtigt, da wir lieber auf regionale Partnerschaften bauen. Darüber hinaus gibt es keine Bewertungskriterien zur Bewertung der Finanzpartner in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung.



4.2 B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Bisher hatten wir keine Probleme mit der Liquidität. Es wurden nie große Ausschüttungen gemacht, genügend liquide Mittel sind als Reserve in der Gesellschaft. Ziel der Mittelberger GmbH bezüglich der liquiden Mittel ist es, so hoch zu sein, dass sie Gehälter und die Lieferantenverbindlichkeiten über drei Monate bezahlt werden können, auch wenn keine Kundenforderungen mehr eingehen. Die strategischen Ausgaben für 2018 können aus der obenstehenden Tabelle entnommen werden. Die strategischen Ausgaben sind Bestandteil des operativen Cash Flows. Als nächstens folgen die Investitionstätigkeiten. Der Cash Flow aus der Investitionstätigkeit ist mit ebenfalls positiv. Nur wenn die Eigenkapital-Quote, Soll-Eigenkapital und ein positiver Cashflow aus der Investitionstätigkeit erreicht sind, können Ausschüttungen gemacht werden.



Quelle: Statistik Austria Nov 2016/ Mittelunternehmen bis 50-250 Beschäftigte
<https://www.wko.at/site/Gewerbe-Finanzcheck/Kennzahlen-pro-Branche.html>

4.3 B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

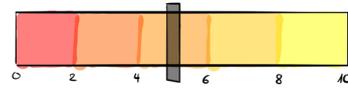
Es besteht ökologisches Verbesserungspotenzial in mehreren Bereichen der Mittelberger GmbH. Mittels Fokus Gruppen werden diese Potenziale immer wieder identifiziert.

Die Umstellung des Fuhrparks auf E-Mobilität, gespeist aus eigener gerade vergrößerter PV-Anlage, benötigt eine durchdachte Infrastruktur, welche durch den Ausbau der Stromtankstellennetzes bewerkstelligt wird.

Digitalisierung in allen Bereichen der Prozesslandkarte, vom Rechnungswesen bis in die Projektierung, ermöglicht ein zunehmendes papierloses Arbeiten. Gerade Innovationen, die in der Fokus Gruppe „Automatisierung“ behandelt werden, ermöglichen energieeffizientes Wirtschaften durch neuartige Energiemanagementansätze.

Wir beteiligen uns derzeit nicht an Finanzierungsformen sozialökologischer Projekte, da wir damit nicht direkt in Berührung kommen und auch nicht ausdrücklich danach suchen. Das Leitbild des Unternehmens setzt seit 30 Jahren auf ökologisch und soziale Kriterien und deren Umsetzung und

laufenden Verbesserung. Somit ist auch das Geschäftsmodell unbedenklich und zum Wohle aller ausgerichtet.



4.4 B4

Eigentum und Mitentscheidung

Momentan ist Herbert Mittelberger alleiniger Eigentümer der Mittelberger GmbH. Mit der Übergabe des Unternehmens an Tim Mittelberger in die 2. Generation im März 2020 werden vier Gesellschafter mit je 5 % Anteilen in die Gesellschaft eintreten. Tim Mittelberger behält mit 80 % die Sperrminorität und hat letztendlich volle Entscheidungsgewalt. Die vier Gesellschafter haften mit ihrer Stammkapitaleinlage, haben ein Mitstimmrecht und werden in alle wesentlichen Entscheidungen im Zuge von wöchentlichen Gesellschaftersitzungen miteinbezogen.



Investitionen 2018

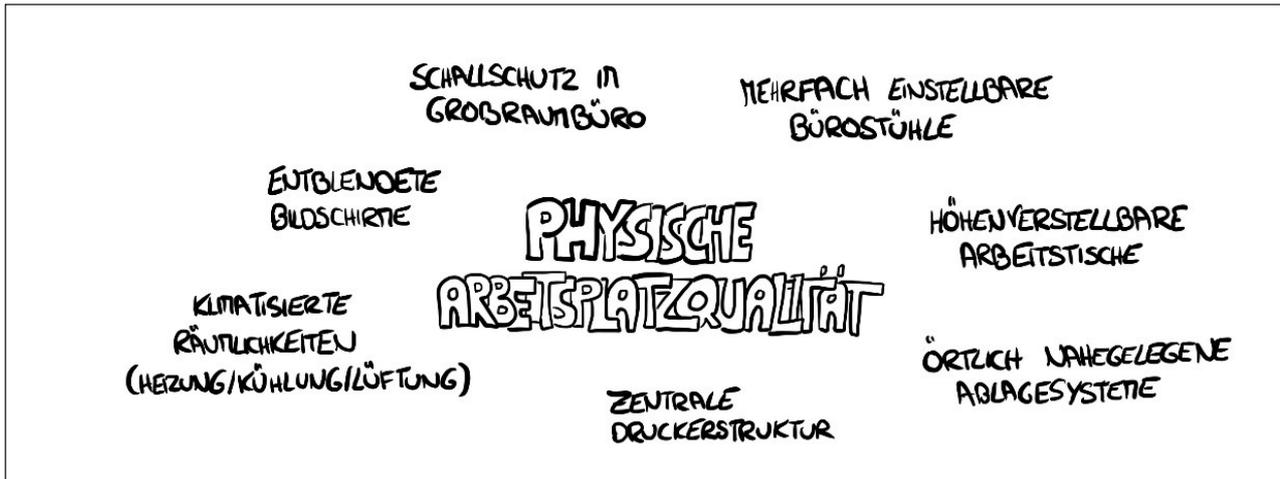
5. Mitarbeiter

5.1 C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Die Unternehmenskultur beim Dorfelektriker lässt sich aus dem Leitbild ableiten. Die Führung des Betriebes baut auf dem Sinnstreben des Menschen auf und schafft so ein gemeinsames Unternehmensziel.

scheidungsfreiheit gilt es die unterschiedlichen Fähigkeiten der Mitarbeiter zu erkennen, zu fördern und richtig einzusetzen.

Die Meinung der Mitarbeiter und deren Möglichkeit zur Mitbestimmung ist uns ein Anliegen. Deshalb veranstalten wir halbjährliche Visionstage mit



Physische Arbeitsplatzqualität

Dieses Ziel basiert auf der Offenheit und der Weite in der Kommunikation mit allen Menschen, die sich im Rahmen ihrer Arbeit begegnen. Beweglichkeit in den eigenen Ideen und Erkenntnissen gibt Kraft, Visionen umzusetzen und alte Sichtweisen ständig neu zu prüfen. Die Suche nach besseren Alternativen zu herkömmlichen Organisationsystemen, Dienstleistungen und Produkten sorgt für Innovation und Veränderung. Die lebendigen Strukturen entstehen durch die Individualität aller Beteiligten. Die Basis unseres Schaffens ist eine gemeinsame Vision von Zusammenarbeit. Mit dem Fokus auf Eigenverantwortlichkeit und Ent-

der gesamten Belegschaft, führen jährliche Mitarbeitergespräche durch und halten immer wieder Teamsitzungen ab. Anliegen können jederzeit auch spontan an mehreren verschiedenen Anlaufstellen angebracht werden (Geschäftsführung, Teamleiter, Leitender Monteur, Personalverantwortliche, Lehrlingsausbilder, Office). In den Fokusgruppen werden wichtige Themen zusätzlich abseits der Teamstruktur und Hierarchien behandelt. Das offene Ohr ist gelebte Kultur.

Die physische Arbeitsplatzqualität war uns in der Vergangenheit bereits ein großes Anliegen:



Health and wellbeing

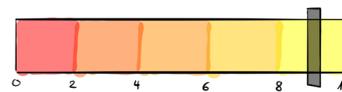
Mehrfach einstellbare Bürostühle, höhenverstellbare Arbeitstische, großzügige Arbeitsflächen, örtlich nahe Ablagesysteme, zentrale Druckerstruktur, Schallschutz im Großraumbüro, klimatisierte Räumlichkeiten, entblendete Bildschirme, etc. Die Sicherstellung der Arbeitsqualität wird durch unsere eigene Betriebsärztin gewährleistet, welche jeden zweiten Monat Beratungsgespräche, Arbeitsplatzkontrollen und Gesundheitschecks in unserem Betrieb durchführt. Durch verschiedene Freizeitaktivitäten wie beispielsweise Wandern, Schifahren und Fußball wird das Angebot zur Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeiter abgerundet.

Unsere Fokusgruppe „Gesundheit“ beschäftigt sich neben den bereits genannten Maßnahmen auch mit Ideen zu Health and Wellbeing. Ein eigener gesetzlich verpflichteter Sicherheitsbeauftragter evaluiert jedes Jahr besondere Bereiche der Arbeitssicherheit (2018 Evaluierung der krebserregenden Inhalts- und Gefahrenstoffe unserer verarbeiteten Materialien). Die Mitarbeiterschulung „Sicherheit am Bau“ wird von dem Beauftragten verpflichtend abgehalten.

Die Barrierefreiheit ist sowohl in jeden Raum in unserem Betriebsgebäude durch den internen Lift,

als auch auf unserer Website durch die anpassbare Schriftgröße und -farbe gewährleistet.

Diversität ist ebenfalls ein sehr essentielles Thema in unserem Alltag. Wir legen gerade Fokus auf die Flüchtlingsarbeit, haben mit der OJAD einen Partner, der uns dabei hilft, einen Flüchtling durch die Lehre zu begleiten. Darüber hinaus helfen wir einem weiteren Flüchtling dabei, die Lehre außerordentlich nachzuholen. In Bezug auf Frauen bleibt lediglich zu sagen, dass sich die Anzahl an Bewerbungen auf Stelleangebote im Elektroinstallationsbereich in Grenzen hält.



Mitarbeiter im Bereich Ernährung und Gesundheit unter Einbeziehung der Dorfakademie mehr sensibilisieren. Bei der Dorfakademie handelt es sich um eine firmeninterne Schulungsplattform, auf welcher bisher lediglich

fachspezifische Lehrangebote wahrgenommen werden können.

Grunddaten:

	männlich	weiblich	Alter bis 30	Alter 30-50	Alter über 50	Check	Gesamt
Eintritte im Berichtszeitraum	7	0	5	2		okay	7
Austritte im Berichtszeitraum	6	0	3	2	1	okay	6
durchschnittliche Anzahl MA	62	11	40	26	7	okay	73
Anzahl Krankenstandstage	594	24	326	292		okay	618
Menschen mit Behinderung	1			1		okay	1



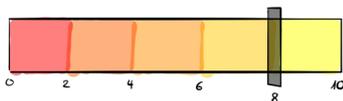
Arbeitszeitmodelle

5.2 C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Die innerbetriebliche Spreizung der Einkommen des Höchst- und Niedriglohnes, auf Vollzeitäquivalente hochgerechnet, beträgt 2,2. Es werden sämtliche Mitarbeiter mit dem gesetzlich geforderten Mindesteinkommen oder darüber entlohnt wodurch wir sicherstellen können, dass jeder Mitarbeitende ein an die regionalen Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ bekommt.

Wir verfügen über eine digitale Zeiterfassung (ZSW), welche minutengenau über PC und Handy bedient werden kann. Da wir über ein Gleitzeitmodell verfügen, gibt es keine Überstunden. Die Gleitzeit ermöglicht dem Mitarbeitenden flexibles Arbeiten und hilft dem Unternehmen Engpässen zu überbrücken. Daher spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation keine Rolle. Mit dem Einführen des Gleitzeitmodells ermöglichen wir ein flexibleres Arbeiten und gewährleisten die Work-Life-Balance. Darüber hinaus werden neben der Teilzeitarbeit und der Vaterkarenz auch weitere neue Modelle angeboten, welche immer stärker wahrgenommen werden. Hierbei ist zu vermerken, dass es sich bei unserem Unternehmen um einen Handwerksbetrieb handelt. Mitarbeiter mit Führungsverantwortung haben die Möglichkeit sich zu einem festgelegten Preis und Prozentanteil (5 %) gesellschaftlich zu beteiligen, wenn der Gesellschafterausschuss einverstanden ist. Das Unternehmen entwickelt sich nach und nach zu einem Mitarbeiterunternehmen.

Aufgrund der Betriebsvereinbarung und des bestehenden Kollektivvertrages können wir bestätigen, dass wir unsere Mitarbeiter nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belasten oder ausbeuten.



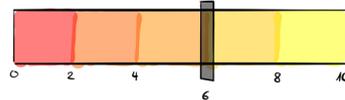
5.3 C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Durch den biologischen Obstkorb haben wir 2012 ein erstes Zeichen in Richtung bewusster Ernährung gesetzt. Heute beschäftigen wir uns mit Modellen wie Digibon, um die Mitarbeiter zu motivieren, sich die Zeit zu nehmen, mittags essen zu gehen, anstatt beim Spar eine Jause zu kaufen.

Mit der teilweisen Umgestaltung des Automatenangebots von Süßigkeiten auf Salat und von Softgetränke auf isotonische Getränke wollen wir noch mehr in Richtung gesunde Ernährung gehen. Das kostenlose Bereitstellen von Mineralwasser und Glasflaschen soll dazu animieren, ausreichend zu trinken und auf Softgetränke zu verzichten.

Auch die Mobilität erweist sich als ein sehr essenzielles Thema in unserem Betrieb. Damals mit dem „Sprit-Spar-Training“ für unsere Monteure, einem Elektrorad und einem Elektroauto angefangen, setzen wir nun auf Modelle wie das Jobrad des Energieinstitutes Vorarlberg, welches motivieren sollte, mit dem Fahrrad zur Arbeit zu kommen.

Wir zahlen unseren Lehrlingen Jahrestickets für alle öffentlichen Verkehrsmittel und besitzen schon einen Fuhrpark von über zehn Elektroautos.



Unser Ziel ist es einen ökologischen Fußabdruck zu bestimmen und unser Weiterbildungsangebot bezüglich des ökologischen Verhaltens unserer Mitarbeiter auszubauen. Dazu gehört auch, Fahrgemeinschaften mehr zu forcieren.

5.4 C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Visionstage, Fokusgruppen und Mitarbeitergespräche ermöglichen Transparenz und Mitbestimmung. Weitere Maßnahmen sind in den Startlöchern. Mit dem Generationenwechsel wird eine neue Gesellschafterstruktur eingeführt, in welcher die Teamleiter sich mit jeweils 5 % an der Gesellschaft beteiligen können. Darüber hinaus soll die Einführung eines Intranet-/Wissensmanagement-Tool die Mitgestaltung der Organisation ganzheitlich ermöglichen.

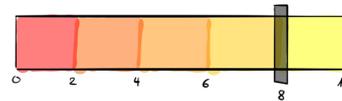
Mit der Teilnahme an Zertifikaten wie dem „Besten Arbeitgeber“ und dem „ausgezeichneten Lehrbetrieb“ unterziehen wir uns jährlich einer anonymen Führungskräftebeurteilung. Die Ergebnisse sind öffentlich zugänglich. Nicht anonym beurteilt werden die Führungskräfte in Mitarbeitergesprächen, Teambesprechungen und Lehrlingssitzungen.

Regelmäßige, wöchentliche bis monatliche Besprechungen, zum Teil im Rahmen eines Arbeits-

frühstücks, bei der jeder Mitarbeiter angehalten ist, seine eigenen Erfahrungen und Fragen einzubringen, vertiefen das gegenseitige Verständnis.

In den Visionstagen werden persönliche und kollektive berufliche Ziele festgehalten und verbildlicht. Die Ergebnisse werden graphisch dokumentiert und jedem Mitarbeiter öffentlich zugänglich gemacht. Somit kann jeder Mitarbeiter zumindest auf strategischer Ebene mitgestalten und -wirken. Beispiel für einen öffentlich zugänglichen drei Jahresplan:

Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine Verhinderung eines Betriebsrates vorliegt. Er wird nicht verhindert, aber von den Mitarbeitern auch nicht gefordert.



GLÜCKLICHER MITARBEITER

KUNDEN
 ○ POSITIVE RÜCKMELDUNGEN

AUSBILDUNG
 ○ WEITERBILDUNG
 ○ PLANUNGSPROZENTHE
 ○ TECHNISCHE WEISENGEN
 ○ SCHULUNGEN INTERN + EXTERN

PROZESSE
 ○ INTERNE REIBUNGSLOSE SUPPLY CHAIN
 ○ FEHLERFREIER PROZESSLAUF
 ○ PROZESSE MODERN
 ○ OPTIMIEREN / BEWERTEN

ERFOLG
 ○ BUDGETZIEL ÜBERSCHREITEN

REFERENZPROJEKTE

AUSLASTUNG
 ○ DOVE 11 - 70 DO 11

TEAM BELEUCHTUNG AMANN

WEITEREMPFEHLUNG
 ○ INTERN + EXTERN

TEAMÜBERGREIFENDE ARBEIT
 ○ TEAMÜBERGREIFENDE PROJEKTE
 ○ ZUSAMMENARBEIT
 ○ SCHWITTSTELLEN KLARER / EINFACHER

LANGFRISTIGE PARTNER
 ○ BETREUEN
 ○ ELEKTRIKER, TISCHLER, INNENARCHITEKTEN

DIGITALES ARBEITEN
 ○ 3D-PRÄSENTATIONEN
 ○ MOBILES ARBEITEN
 ○ 3D-SHOWROOM

MARKT EROBERN
 ○ HEADQUARTER LASTENSTRASSE 37
 ○ ZWEIGSTELLE CH / FL
 ○ WIR SIND DER LICHTPROFI IM 3-LÄNDERECK

Planung Team Beleuchtung Amann

6. Kunden

6.1 D1 Ethische Kundenbeziehung

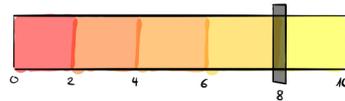
Ehrlichkeit, Offenheit und der „Stammkunde“ sind Bestandteil unseres Leitbildes. Unser Kunde wird als Partner angesehen. Wir bemühen uns deshalb, eine genaue Bedarfserfassung bei unserem Kunden zu machen. Durch unser riesiges Produktsortiment können wir durch das Aufzeigen zahlreicher Alternativen unsere Leistungen genau auf die Anforderungen unseres Gegenübers anpassen. Ob Energiemanagement, Automation oder Beleuchtung, wir nehmen uns Zeit für die Beratung und Planung. So können wir Unstimmigkeiten schon im Voraus beseitigen. Die daraus resultierende Kundenzufriedenheit bringt die wohl effektivste Marketingmaßnahme als Folge, die Mundpropaganda, die uns auch neue Kunden beschert.

Da wir am Markt als hochpreisig wahrgenommen werden, müssen wir uns vor allem in der Qualität und in der Kundenzufriedenheit behaupten. Wir arbeiten mit einer transparenten Deckungsbeitragsstruktur, die uns Projekte genauestens kalkulieren lässt. Statt Pauschalen werden Einzelpositionen aufgelistet, die eingesetzten Produkte ersichtlich gemacht. Produktinformationen, die Preisfindung und die Wertschöpfungskette im Hintergrund werden so transparent wie möglich zur Verfügung gestellt. So entstehen auch Grundsätze wie beispielsweise, unsere Rabattpolitik. Wir vergeben keine Rabatte auf unsere Projekte, da wir von Anfang an fair kalkulieren. Sollte das Projekt dann dennoch besser ausfallen als erwartet, kommen wir den Kunden bei einer angenehmen Zusammenarbeit im Nachhinein immer gerne entgegen. Ein weiteres Indiz dafür, dass wir die Zusammenarbeit mit dem Kunden als Partnerschaft ansehen.

Durch das Anbieten mehrerer Alternativen können auch Kunden bedient werden, die aufgrund von Budgetfragen einen erschwerten Zugang zu hochwertigeren Produkten und Dienstleistungen haben. Mit preiswerten Alternativen können wir mitunter nicht den vollen Funktionsumfang anbieten, jedoch dennoch die meisten Anforderungen abdecken. Darüber hinaus unterstützen wir Kunden, die sparen wollen, auch dabei ihre Projekte so gut es geht selber zu realisieren. Wir unterstützen mit Material, Know How und Planung. So können wir solche Kunden auch bei Vollauslastung gut bedienen und den Kunden selbst den Zugang

zu unseren Produkten und Dienstleistungen erleichtern. Weiters empfehlen wir auch unsere Mitbewerber als attraktive Alternative.

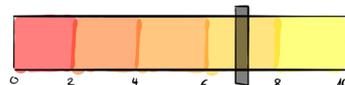
Physisch beeinträchtigten Kunden dienen wir bei unserem Standort mit einem Lift und im Web mit optionaler Größen- und Farbeinstellung auf unserer Webseite. Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden.



Unser Ziel ist es Ethikleitlinien einzuführen, an denen sich unsere Belegschaft orientieren kann.

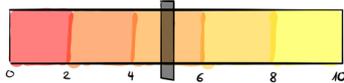
6.2 D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Ohne Unternehmensnetzwerk wäre unser Alltag nicht mehr zu bewältigen. Mitunternehmen unterstützen uns mittlerweile in allen Belangen, sei es bei der Realisierung von EDV-Netzwerken, bei der Integration von PV- oder Heizanlagen oder bei Beleuchtungsprojekten. Die Partnerbetriebe agieren in unserem oder dem eigenen Namen und helfen uns dabei, unseren eigenen Qualitätsansprüchen gerecht zu werden. Bei der Ausarbeitung von Strategien für betriebsübergreifende Handlungsfelder, wie z.B. Branchenvertretung, Innung, E-Marke, Wirtschaftsgemeinschaft Götzis, Junge Wirtschaft Vorarlberg oder extrix.at (Lehrlinge) zur Erhöhung der Standards bzw. für brancheninterne Verbesserungen engagieren wir uns ehrenamtlich. Bei der E-Marke handelt es sich um ein Netzwerk aus Elektrikern aus Vorarlberg, das zur Definition von Standards und dem Austausch von Know-How beiträgt. Somit geht es auch bei Mitbewerbern, gerade bei der momentanen Auftragslage, eher um ein Miteinander als um ein Gegeneinander. Das Unternehmen kann demnach bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird.



6.3 D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Vor allem das Thema Energieverbrauch wird bei unseren Produkten stark forciert. Entweder ist der Energieverbrauch selbst ein Kriterium für die Wahl des Produktes, oder die Produkte helfen dabei den Energieverbrauch zu minimieren (Energiemanagement). Der Einsatz von energetisch besseren Produkten wird forciert, gerade eben auch dann, wenn Einsparungen bzw. Verbesserungen für den Kunden ermöglicht werden. Leider befinden wir uns mitten in einem Dilemma. Energieoptimierungen durch Energiemanagement, Energieautarkie durch PV-Anlagen oder Einsparungen durch dimmbare Leuchten sind immer mit Elektronik verbunden, die aus Konfliktmaterial besteht. Bei der Entsorgung sind wir sehr genau und versuchen, eine möglichst effiziente Mülltrennung zu betreiben. Der von uns auf Projekten produzierte Müll wird bei uns im Betrieb genauestens sortiert, bevor er entsorgt wird. Auch bei Sanierungsprojekten nehmen wir jeglichen Müll, der beim Abriss entsteht und zum Gewerk der Elektroinstallation zählt, mit in den Betrieb und sortieren ihn nach den unten aufgeführten Kriterien. Aufgrund der Vielzahl und Breite der Geschäftsfelder, ist es schwer über Konsistenz, Effizienz und Suffizienz zu berichten. Das Unternehmen kann somit bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt.



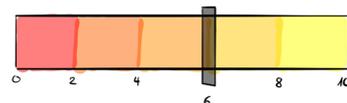
Diagnose der größten drei Geschäftsfelder hinsichtlich Konsistenz, Effizienz und Suffizienz.

6.4 D4 Kunden Mitwirkung und Produkttransparenz

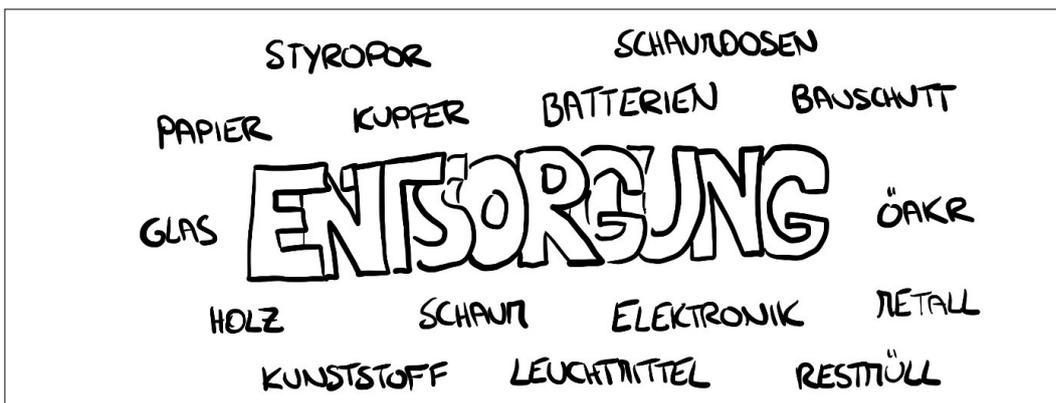
Wir fungieren in der Partnerschaft mit dem Kunden in jeglicher Hinsicht als Berater. Der Kunde hat bei der Realisierung seines Projektes Mitsprache- und Mitentscheidungsmöglichkeiten. Durch die kontinuierliche Projektkommunikation hat der Kunde auch während des Projektablaufs zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten.

Konzeptideen und elektroinstallationstechnische Funktionalitäten werden gemeinsam mit dem Kunden erfasst und individuell realisiert. Um die Übersicht nicht zu verlieren, wird die Dokumentation des Projektes ernst genommen. Mit der Einführung einer Intranet Lösung ermöglichen wir dem Kunden bei Interesse sogar, Mitglied des Projektchats zu werden, um jederzeit den Überblick über das Projekt zu haben.

Die Angebote werden transparent dargelegt. Statt Pauschalen werden Einzelpositionen aufgelistet, die eingesetzten Produkte ersichtlich gemacht. Produktinformationen, die Preisfindung und die Wertschöpfungskette im Hintergrund werden so transparent wie möglich zur Verfügung gestellt. Der Kunde bekommt alle Datenblätter, Installationspläne, Verteilerpläne, Programme und Produktblätter zur Verfügung gestellt. Somit ist die Transparenz und Verfügungsfreiheit sichergestellt.



Unser Ziel ist es, Kunden von Anfang an noch mehr mit einzubinden.



Entsorgung

7. Gesellschaftliche Wirkung

7.1 E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Im Folgenden werden unsere Produkte und Dienstleistungen bezüglich der Abdeckung der Grundbedürfnisse lt. Max-Nef und Nachhaltigkeitsziele überprüft. Unsere zwölf Geschäftsfelder sind unten stehend tabellarisch aufgelistet. Die farbigen Quadrate beschreiben die UN-SDG, die Nachhaltigkeitsziele der Europäischen Union, die im Folgenden näher beschrieben werden. Die Grundbedürfnisse lt. Max-Nef, die von den jeweiligen Geschäftsfeldern abgedeckt werden, halten wir unter den SDGs fest.

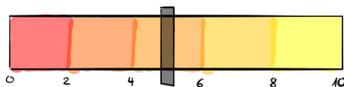
- 
3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING
 Good Health and Well-Being: Gesundheit und Wohlergehen: Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern.
- 
7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY
 Affordable and Clean Energy: Bezahlbare und saubere Energie: Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und moderner Energie für alle sichern.
- 
9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE
 Industry, Innovation and Infrastructure: Eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen.
- 
11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES
 Sustainable Cities and Communities: Nachhaltige Städte und Gemeinden. Städte und Siedlungen inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig gestalten.
- 
12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION
 Responsible Consumption and Production: Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster: Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen.
- 
13 CLIMATE ACTION
 Climate Action: Maßnahmen zum Klimaschutz. Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen.

<p>1. ELEKTROPLANUNG</p>  <p>LEBENSERHALTUNG/GESUNDHEIT / WOHLBEFINDEN SCHUTZ / SICHERHEIT KREATIVES SCHAFFEN</p>	<p>2. ELEKTROINSTALLATION</p>  <p>LEBENSERHALTUNG/GESUNDHEIT / WOHLBEFINDEN SCHUTZ / SICHERHEIT KREATIVES SCHAFFEN</p>	<p>3. BELEUCHTUNG</p>  <p>LEBENSERHALTUNG/GESUNDHEIT / WOHLBEFINDEN SCHUTZ / SICHERHEIT KREATIVES SCHAFFEN</p>
<p>4. E-CHECK</p>  <p>LEBENSERHALTUNG/GESUNDHEIT / WOHLBEFINDEN SCHUTZ / SICHERHEIT KREATIVES SCHAFFEN</p>	<p>5. GEBÄUDEAUTOMATION</p>  <p>LEBENSERHALTUNG/GESUNDHEIT / WOHLBEFINDEN KREATIVES SCHAFFEN</p>	<p>6. NETZWERKTECHNIK</p>  <p>KREATIVES SCHAFFEN IDENTITÄT / SINN FREIHEIT / AUTONOMIE</p>
<p>7. MULTIMEDIA</p>  <p>KREATIVES SCHAFFEN</p>	<p>8. SICHERHEITSTECHNIK</p>  <p>SCHUTZ / SICHERHEIT</p>	<p>9. SERVICE</p>  <p>LEBENSERHALTUNG/GESUNDHEIT / WOHLBEFINDEN SCHUTZ / SICHERHEIT</p>
<p>10. ENERGIEMANAGEMENT</p>  <p>LEBENSERHALTUNG/GESUNDHEIT / WOHLBEFINDEN SCHUTZ / SICHERHEIT FREIHEIT / AUTONOMIE</p>	<p>11. E-MOBILITY</p>  <p>FREIHEIT / AUTONOMIE</p>	<p>12. VERTEILERBAU</p>  <p>LEBENSERHALTUNG/GESUNDHEIT / WOHLBEFINDEN SCHUTZ / SICHERHEIT KREATIVES SCHAFFEN</p>

Geschäftsfelder und Nachhaltigkeitsziele

Die Umsätze pro Geschäftsfeld können nicht genau definiert werden. Die Geschäftsfelder Elektroplanung, Elektroinstallation, Beleuchtung und Service sind jedoch die umsatzstärksten Bereiche.

Im Bereich Beleuchtung verfügen wir teilweise über Luxusprodukte, welche natürlich durch eine einfache Variante ersetzbar wären. Allerdings rückt in der heutigen Zeit das Design genauso in den Fokus wie der daraus resultierende Nutzen und die Qualität der Beleuchtung. Das richtige Licht am richtigen Ort trägt zur Gesundheit des Menschen bei. Ein Beispiel dafür ist die Beleuchtung am Arbeitsplatz. Wir können bestätigen, dass keine menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen in unserem Unternehmen verkauft werden.



Wir wollen die SDGs nicht nur in unseren Produkten und Dienstleistungen berücksichtigen, sondern in unsere Unternehmenskultur und -philosophie integrieren, was sich wieder positiv auf unsere Produkte und Dienstleistungen auswirken sollte.

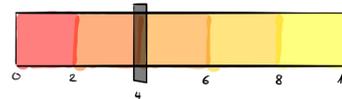
7.2 E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Wir leisten über Steuern und Sozialabgaben einen fairen und angemessenen Beitrag zum Gemeinwesen und nutzen Förderungen der öffentlichen Hand nur in dem Ausmaß, als diese der Entwicklung unseres Unternehmens dienen und damit mittelfristig die Wertschöpfung in unserer Region erhöhen.

Zur Stärkung des Gemeinwesens engagieren wir uns in Form von Geld- und Sachspenden für die verschiedensten regionalen Vereine und Organisa-

tionen. Dies wird sowohl durch spontane Unterstützung aber auch dadurch erreicht, dass anstelle von den üblichen Weihnachtsgeschenken im Gegenwert Spenden getätigt werden.

Unsere Mitarbeiter werden für ihre ehrenamtlichen Tätigkeiten unterstützt, indem eine flexible Arbeitszeitgestaltung zugestanden wird.



7.3 E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Wir übernehmen bewusst, ganzheitliche Verantwortung für Mensch und Umwelt. Im Dienst der Umwelt setzen wir unser wertvolles Know-How ein und entwickeln es weiter. Unsere Verantwortung für ein Gleichgewicht und das Denken in Kreisläufen ist in unsere Arbeit integriert.

- Umwelt und zukunftsgerechte Installationslösungen
- Sauberkeit mit umweltgerechter Entsorgung
- Ständige Verbesserung über Umweltstandards über die Vorschriften hinaus.
- Aktive Informationspolitik in Umweltangelegenheiten
- Mitwirkung auf das Umweltverhalten der Lieferanten

Es ist unser Ziel die drei größten Umweltbelastungen (Fuhrpark, Heiz- und Stromkosten) des Dorfelektrikers, zu minimieren bzw. die Energiekosten gleich groß zu behalten wie vor dem Neu- und Umbau 2013. Durch den Umbau stehen unserem Betrieb 300m² Verkaufsfläche und 300m² Lagerfläche mehr zur Verfügung.

Fuhrpark	Reduzierung des Treibstoffverbrauchs und Verminderung der Baustellenfahrten
Heizungskosten	Lager und Werkzeuglager, Verminderung der Heizkosten
Stromkosten	Umstellung auf LED Beleuchtung im gesamten Betrieb
Installationsmaterial	Umstellung auf 100% halogenfreies Rohr in der Verarbeitung. Dieser Punkt betrifft uns nicht direkt, sondern ist ein Einsatz, der allen Kunden und der Umwelt zu Gute kommt.

Unsere wichtigsten Roh- und Hilfsstoffe im Überblick

Nr.	Hilfsstoffe	Menge pro Jahr 2018	Maß	Verwendungszweck
1	Komplettes Installationsmaterial	1.984.560	€	Verarbeitendes Material/Hauptprozess
2	Beleuchtung*	1.480.700	€	Verarbeitendes Material/Hauptprozess
3	Produktive Stunden/Arbeitsleistung Installation	66.047	Std.	Verarbeitung im Hauptprozess
Nr.	Hilfsstoffe	Menge pro Jahr 2018	Maß	Verwendungszweck
4	Treibstoffe	34.961	Liter	Hilfsmittel für Installation/Verkauf
5	Strom	97.130	kWh	Energie für Verwaltung/Lager/Verkauf
6	Wasser	535	m ³	Wasser für Verwaltung/Lager/Verkauf

*Umrechnungsfaktor Co² 3,178

Wir achten natürlich auch darauf, dass wir weniger Energie/Strom verbrauchen. Dabei gehört es auch zu unserer Aufgabe im Verkauf unsere Kunden auf Energiesparmaßnahmen aufmerksam zu machen und sie zu motivieren, energiesparende Installationen einzusetzen. Hier setzen wir auf das Kunden-/Verkaufsgespräch.

Durch den Klima Cent beziehen wir 100% Ökostrom, was sich bei der Co² Belastung positiv bemerkbar macht. Die Stoffstromanalyse ist relativ schwierig anzuführen, da wir kein Produkt/Produktion in diesem Sinne haben.

Wir können nur in etwa monetär darstellen, wie viel Schadstoffe wir produzieren umgerechnet in den volkswirtschaftlichen Schaden, der mit einem „Wert“ angegeben wird. Der größte Rohstoff in unserem Betrieb ist der Mensch/die Stundenkapazität, der zweit Größte das Installationsmaterial. Begleitet werden diese von Hilfsstoffen, hauptsächlich Treibstoff/Energie. Hier können wir feststellen, wie viel Abfall produziert wird, und wie viel Luftemissionen wir in einem Jahr produzieren und diesen in einen €-Wert umlegen.



Das wichtigste für uns ist die Einsparung des Treibstoffes. Zur Minderung der Emissionen und zur Verbesserung unserer Umwelt – dies ergibt eine

win/win Situation für alle.

Im Jahr 2018 wurde unser Fuhrpark zum Beispiel um weitere vier E-Autos erweitert. Damit konnten 20.754 kg Co² eingespart werden. Dies bedeutet, wir haben 16,65% an Co² Emission zum L-Verbrauch des Fuhrparks eingespart.

Abfall bzw. flüssige oder gasförmige Emissionen	Menge pro Jahr 2018	Maßeinheit
Summe nicht gefährlicher Abfälle	21.890	kg/a
Summe gefährliche Abfälle	605	kg/a
Summe Abfälle gesamt	22.495	kg/a
Luftemission von Treibstoff 1kWh/0,3	111.420	kg/a
Luftemission von Strom 1kWh/0,092*	2.508	
Summe Luftemission	113.928	kg/a
Abwasser /Kanalbenützung 1m³=1.000kg	535.000	kg/a

Elektrofahrzeuge 2018

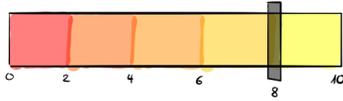
Fahrrad	km		36
FK 626DT	km		20.358
FK 812FU	km		19.798
FK 308GY	km		3.192
FK 300GU	km		7.300
FK 202GS	km		21.512
FK 201GS	km		15.073
Summe	km		87.269
	I/100 km	8	6.982
Treibstoff*9,909	KWH	9,91	69.180
	CO ² Emission	0,3	20.754

*Umrechnungsfaktor Co² 3,178

Dieselfahrzeuge 2018

Kilometerleistung	440.426
Verbrauch L	34.961
I/100km	7,8
Co ² Emission	111.106*

Das ist nur ein kleiner Auszug unserer Umweltkonten und Umweltleistungen. Wir sind bereits seit elf Jahren Ökoprotit zertifiziert und stetig bemüht, unsere Kennzahlen zu verbessern und über den Tellerrand hinaus zu blicken.



7.4 E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Die Publikation des GWÖ-Berichtes erfolgt über unsere Homepage und Social-Media-Kanäle. Somit ist sie für jeden online-Besucher zugänglich.

Über unsere Online-Kanäle können unsere Kunden, aber auch andere Berührungsgruppen mit uns in den Dialog treten und aktiv ihre Meinungen bzw. ihre Interessen kundtun. Selbstverständlich gilt dies auch für Telefon, Mail oder in einem persönlichen Gespräch.

Da wir über keine kritischen Daten, wie z.B. Beteiligungen an Unternehmen in Steueroasen oder durch einen Standortwechsel einen Arbeitsplatzabbau forcieren, wird unser unternehmerisches Handeln durch Kommunikation mit den Beteiligten sichtbar. Zum Beispiel kommt es bei Projekten zum stetigen Austausch mit Nachbarn, diese werden umfassend informiert.



8. Ausblick

8.1 Kurzfristige Ziele

- Realisierung eines strukturierten Prozessmanagement mit Prozesslandkarte, um Transparenz gewährleisten und den Betriebsalltag in allen Belangen hinterfragen zu können.
- Zielvereinbarungen bezüglich Umweltschutzes und Nachhaltigkeit für jedes Team.
- Monitoring und Plattform zur Bewertung unserer Lieferanten in unserem Wissensmanagement aufbauen.
- Kriterienkatalog ausarbeiten zur Kategorisierung einer nachhaltigen Produktauswahl
- Mitarbeiter mehr sensibilisieren im Bereich Ernährung und Gesundheit
- Diagnose der größten drei Geschäftsfelder hinsichtlich Konsistenz, Effizienz und Suffizienz

8.2 Langfristige Ziele

- Langfristige Optimierungen im Fuhrparkmanagement. Verbesserung der Disposition von Fuhrpark und Personal zur Verbesserung der Emissionswerte.
- Mitarbeiter mehr sensibilisieren im Bereich Ernährung und Gesundheit
- SDGs mehr in unsere Unternehmenskultur und -philosophie integrieren
- Ethikleitlinien einführen, an denen sich unsere Belegschaft orientieren kann.

9. Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

9.1 Autoren



Angelika Ludescher

Controlling

Mittelberger GmbH
Lastenstraße 37, 6840 Götzis
T +43 5523 64565 240
angelika.ludescher@dorfelektriker.at



Tim Mittelberger, BSc BA

Prokurist

Mittelberger GmbH
Lastenstraße 37, 6840 Götzis
T +43 5523 64565 232
M +43 664 9284337
tim.mittelberger@dorfelektriker.at



Mag. (FH) Claudia Ströhle

Marketing

Mittelberger GmbH
Lastenstraße 37, 6840 Götzis
T +43 5523 64565 242
claudia.stroehle@dorfelektriker.at



Nadine Struger

Personalwesen

Mittelberger GmbH
Lastenstraße 37, 6840 Götzis
T +43 5523 64565 221
nadine.struger@dorfelektriker.at

9.2 Stakeholder

Günter Lenz

Moderator und Auditor
Martin Winkler Leidensgenosse

Diverse Lieferanten

zur Bearbeitung von Kapitel A

Diverse Mitarbeiter

zur Analyse von Daten

An der GWÖ haben vier Personen aktiv mitgearbeitet und gestaltet. Dafür wurden 60 Stunden aufgewendet.

Unsere Mitarbeiter wurden im Zuge des Visions-tages über die GWÖ Bilanz informiert. Die Präsentation findet erst bei Abschluss des Berichtes und der Peerevaluierung statt.

Götzis, 1. Oktober 2019

Dorfelektriker Mittelberger GmbH

Lastenstraße 37
6840 Götzis

+43 5523 64565
www.dorfelektriker.at
info@dorfelektriker.at

