

---

# GEMEINWOHL-BERICHT

## UNTERNEHMEN

**FIRMENNAME: HANNS ENGL WERKZEUGBAU O.H.G. – BOZEN - ITALIEN**

Branche: Werkzeug- und Formenbau, Lehrenbau (Handwerk)

Anzahl der MitarbeiterInnen: 14

## TÄTIGKEITSBEREICH

Schon seit 1733 als Schmiede in Bozen tätig, begann Hanns Engl 1960 mit der Umstellung auf Werkzeug- und Formenbau. Heute zählt der Betrieb zu den bekanntesten und bestausgerüsteten Betrieben der Region und ist in Fachkreisen weitem bekannt. Das Leistungsspektrum umfasst die Herstellung von Druckgieß- und Spritzgussformen, Stanzwerkzeugen sowie Mess- und Prüflehren. Das Unternehmen ist der ständigen Innovation verpflichtet. Neben CNC-Fräszentren bis 5 Achsen sind moderne Senkerodierzentren im Einsatz. Drahterosion und Hochgeschwindigkeitsfräsen gehören für die motivierten und geschulten Mitarbeiter zum Produktionsalltag. Eine moderne Konstruktionsabteilung ermöglicht es, die Konstruktion von Werkzeugen und Lehren in kurzer Zeit abzuwickeln. Mit der Organisation der Arbeitsprozesse nach ISO 9001 wird optimale Qualität und Kundenzufriedenheit angestrebt. Die Messabteilung ist mit einer 3D-Messmaschine ausgerüstet. Der Werkzeugbaubetrieb fertigt Werkzeuge bis zu einer Größe von 1200x800.

## DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Das Unternehmen wird von den Inhabern in familiärem, kollegialem Stil geführt. Die außergewöhnliche Treue der Mitarbeiter zum Betrieb ist Zeichen für eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit. Diese ist unter anderem auch auf die hohe Wertschätzung zurückzuführen ist, welche von den Inhabern den Mitarbeitern entgegengebracht wird. Der Betrieb wurde für seine Familienfreundlichkeit ausgezeichnet. Die Art der Geschäftsführung ist auf mittel- und langfristige Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit ausgerichtet. Die ständige technische Innovation trägt zur Sicherung der Arbeitsplätze und des Unternehmenserfolges und zur Begeisterung der Mitarbeiter bei. Mittels Prämien werden die Mitarbeiter am Gewinn beteiligt.

# GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

(Die Prozentangaben in Klammern geben den Erfüllungsgrad des Kriteriums oder des Unterkriteriums wieder)

## A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSWESEN (20%)

Die Lieferanten des Unternehmens haben ihren Sitz in Europa. Die zugekauften Rohstoffe (Stahl, Aluminium) werden in Industrieunternehmen mit europäischen Sozialstandards hergestellt.

Die erforderlichen Produktionsmittel (Maschinen, Geräte und Hilfsmittel) werden im europäischen Raum bezogen, da sie regional nicht erhältlich sind. Der elektrische Strom (aus Wasserkraft) wird von einem regionalen Anbieter bezogen.

## B1 ETHISCHE FINANZDIENSTLEISTUNGEN (33%)

Das Unternehmen arbeitet mit der örtlichen Raiffeisen-Genossenschaftsbank zusammen und ist dort selbst Genossenschafter. Die Bank hat auch einen Anteil an ethischen Finanzdienstleistungen, ein Teil der Bankgewinne fließt in die Gesellschaft zurück (Unterstützung von Vereinen). Das Unternehmen veranlagt in Obligationen der genannten Bank. Die Eigenkapitaldecke des Unternehmens liegt über dem Branchendurchschnitt.

## C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT (36%)

- Arbeitszeiten (50%): Gleitende Arbeitszeit von 30min, kein Problem bei kurzfristigem Urlaubsbedarf - auch stundenweise, Abbau von Überstunden durch Zeitausgleich, zwei Mitarbeiter haben 4 ½ -Tagewoche zur Betreuung ihrer Kinder, Verständnis bei Ausfall wegen Krankheit der Kinder
- Arbeitsplatzgestaltung (67%): ergonomische Beleuchtung + Klimatisierung + Barrierefrei im gesamten Unternehmen - auch in der Fertigung. Aufenthaltsraum mit freiem Internet-Zugang + begrünte Dachterrasse
- Psychische und physische Gesundheit (0%): keine Maßnahmen
- Selbstorganisation+Zufriedenheit (30%): Der Mitarbeiter kann Vorschläge direkt an den Inhaber machen, meistens werden diese auch umgesetzt. Es gibt im Betrieb nur drei Hierarchieebenen (Inhaber, Vorarbeiter, Mitarbeiter)

## C2 GERECHTE VERTEILUNG DES ARBEITSVOLUMENS (30%)

- Überstunden (30%): max. 10 Überstunden im Schnitt pro Mitarbeiter und Monat
- Arbeitszeitmodelle (30%): 1 Mitarbeiterin in Teilzeit

## C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN (34%)

- Betriebsküche (n.Z.): Für eine eigene Mensa ist der Betrieb zu klein, mit ihrer Lunchtime-Karte können die Mitarbeiter aber frei wählen, was und wo sie essen gehen.
- Mobilität -Anreizsysteme: (0%): kein Anreiz-System vorhanden, durch gleitende Arbeitszeit ist aber die Möglichkeit für die Mitarbeiter vorhanden
- Berufsbedingte CO<sup>2</sup> - Emission (95%): Emissionen werden nur sporadisch und nur durch den Inhaber verursacht

- CO<sup>2</sup> - Organisationskultur und Vorbildfunktion (40%): für ökologisches Verhalten wird ggf. auch Mehraufwand in Kauf genommen, der Inhaber fährt ein normales Familienauto wie die Mitarbeiter auch
- ökologische Weiterbildung (0%): Ist nicht vorhanden

#### **C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS (90%)**

Die maximale Spreizung der Einkommen beträgt unter den Mitarbeitern das 1,5-fache, zwischen den Mitarbeitern der untersten Gehaltsebene und dem Inhaber ca. das 2-3-fache.

#### **C5 GLEICHSTELLUNG / INKLUSION BENACHTEILIGTER (30%)**

- Gleichstellung von Mann und Frau (40%): für die (einzige) Frau im Unternehmen gibt es keine Einkommensbenachteiligung
- Benachteiligte (20%): Es sind derzeit zwei Mitarbeiter mit Migrationshintergrund beschäftigt, welche gleich behandelt werden wie der Rest der Belegschaft.

#### **C6 INNERBETRIEBLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG (8%)**

Die Mitarbeiter sind in Form einer Produktionsprämie am Gewinn beteiligt. Wichtige Kennzahlen werden den Mitarbeitern in Zusammenhang mit der Prämienberechnung kommuniziert.

#### **D1 ETHISCHES VERKAUFEN (80%)**

- Institutionalisierung (n.Z.): Verkauf wird von einer einzigen Person (Unternehmer) gemacht
- Ethisches Marketing (90%): Die Grundwerte wie Transparenz, Ehrlichkeit, Vergleichbarkeit und Rücksichtnahme auf einen wirklichen Kundennutzen werden gelebt
- Schulungen für ethischen Verkauf (n.Z.): Verkauf wird von einer einzigen Person (Unternehmer) gemacht
- Alternative Bonifikation (50%.): Verkauf wird von einer einzigen Person (Unternehmer) gemacht, Verkaufsergebnis schlägt sich allerdings auf den Unternehmensgewinn und somit indirekt auf sein Einkommen nieder
- Zusammenarbeit mit Verbraucherschutz (n.Z.): Kunden sind Industriebetriebe
- Reklamationen (80%.): Reklamationen werden schnell, gründlich und systematisch bearbeitet, es wird ggf. auch Schadensersatz geleistet.
- Kundenmitbestimmung (100%.): Im Geschäftsfeld Auftragsfertigung ist die Kundenmitbestimmung natürlicherweise gegeben. Die Produktentwicklung wird mit dem Kunden gemeinsam gemacht – Kunde gibt Entwicklung frei

#### **D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN (23%)**

- Offenlegung von Informationen / von Technologie: (0%) Jeder Kleinbetrieb lebt auch von dem Technologievorsprung in der Nische, in der er arbeitet
- Kooperative Marktsteuerung (20%): Weitergabe von Arbeitskräften wurde schon praktiziert
- Kooperatives Marketing (50%): Konkurrenz wird nicht schlecht gemacht, man versucht, die eigenen Stärken hervor zu heben. Keine Werbung in Massenmedien

### **D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN**

**(15%)**

Aufgrund der hohen Qualität der gefertigten Werkzeuge sind diese langlebig. Reparaturen und Änderungen werden auch nach über 10 Jahren noch durchgeführt. Deshalb werden alle Konstruktionsunterlagen bis zu 20 Jahre archiviert.

Ansonsten entsprechen die Produkte in ökologischer Hinsicht dem Standard der Branche. Eventuelle Mitunternehmer, deren branchengleiche Produkte ev. höhere Standards erreichen, sind uns nicht bekannt.

### **D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN**

**(N.Z.)**

Dieses Kriterium trifft auf das Unternehmen nicht zu

### **D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS (12%)**

Das Unternehmen arbeitet im Verband der Berufskategorie (Innung) aktiv mit. Der erhöhte Standard in Bezug auf die ökologischen Auswirkungen des Unternehmens wird auf der Website publiziert.

### **E1 GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG/BEDEUTUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN (15%)**

Die Produkte (Werkzeuge zur Herstellung von Produkten aus Kunststoff und Aluminium) sind vor allem für die Innovation in der Automobilindustrie bestimmt sowie für die Infrastruktur (Gas- und Wasserleitungen). Es wird angenommen, dass Mobilität (auch mit dem Automobil) einen sinnvollen Beitrag zum Gemeinwesen darstellt

### **E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN (18%)**

- Geldwerter Umfang von Spenden am Jahresumsatz (10%): ca. 0,5%
- Kontinuität der Maßnahmen: (25%): Eine Kontinuität der Maßnahmen ist gegeben, verantwortlich dafür ist der Inhaber

### **E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN (20%)**

Das Unternehmen weist durch intensiven Maschineneinsatz einen relativ hohen Stromverbrauch / Mitarbeiter auf. Der Strom wird von lokalen Anbietern bezogen, die Strom aus Wasserkraft gewinnen. Auf dem Gebäude ist eine PV-Anlage mit 35KWp installiert. Diese deckt ca. 15% des Eigenbedarfs ab.

Weitere Schwerpunkte sind die Vermeidung von Verpackungsmüll durch Wiederverwendung der Verpackungsmaterialien der Lieferanten, Vermeidung von Energieverschwendung durch gute Isolierung des Gebäudes (Standard- Klimahaus B), Reduktion des Wasserverbrauches mittels Regenwassertank.

### **E4 MINIMIERUNG DER GEWINNAUSSCHÜTTUNG AN EXTERNE (N.Z.)**

### **E5 GESELLSCHAFTLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG (80%)**

Die gesellschaftliche Relevanz unseres Unternehmens in Bezug auf seinen Standort in der Stadt Bozen ist als gering zu bezeichnen. Aus dem unmittelbaren Umfeld (Produktionszone)

gibt es keine negativen Rückmeldungen von Anrainern. Der vorliegende Gemeinwohlbericht wird der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Deshalb sehen wir die Forderung nach Transparenz in Bezug auf das gesellschaftliche Umfeld als erfüllt an.

## AUSBLICK

### KURZFRISTIGE ZIELE

- Erstellung einer CO2-Bilanz und entsprechende Kompensation (CO2-freie Produktion)
- Einholen von mehr Informationen zu den eingekauften Produkten, ggf. suchen von ethisch besseren Alternativen

### LANGFRISTIGE ZIELE

- Aspekte der ökologischen Nutzung der Produkte sollen mit dem Kunden vertieft werden und ev. Rückschlüsse für Verbesserung des Produktes gezogen werden

## GEMEINWOHL-MATRIX MIT PUNKTEN

Bei der Bewertung der Matrix (siehe beiliegende Excel-Datei) wurden

### **323 Punkte**

von theoretisch möglichen 1000 Punkten erreicht.

## PROZESS DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Die vorliegende Gemeinwohbilanz wurde im Sommer 2011 im Rahmen einer Gruppe von Pionierunternehmen aus Südtirol unter der Anleitung des Terra-Institutes aus Brixen erstellt. Es gab vier Gruppentreffen, in denen die Bewertungskriterien sowie auch einzelne Selbstbewertungen diskutiert und ggf. auch revidiert wurden.

Von Seiten des Unternehmens nahm Johannes Engl, Inhaber und Geschäftsführer, an den Treffen teil und er führte die Erstellung der Bilanz durch.

Bei der Auseinandersetzung mit den Gemeinwohlkriterien wurden viele Diskussionen geführt. Der Ersteller der Bilanz konnte sich nicht mit allen Detailkriterien voll identifizieren. Trotzdem war die Auseinandersetzung mit den Themen zusammen mit anderen Unternehmen interessant und die Bilanz als Standortbestimmung sehr nützlich.

## AUDIT

Die vorliegende Gemeinwohbilanz wurde am 8.9.11 mit Vertretern der beiden Unternehmen ELAS GmbH und Plattnerbau AG diskutiert und auditert.

Datum: 14.9.2011

---