



STUCK & FARB

C O M P A N Y

erhalten und gestalten

Gemeinwohl-Bericht 2021
Klaus Stuckert GmbH und Co. KG

GEMEINWOHL 
ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

Inhaltsverzeichnis

Das Unternehmen	5
Kurzpräsentation des Unternehmens	5
Produkte / Dienstleistungen	6
Das Unternehmen und Gemeinwohl	7
Ziele der Stuckert GmbH und Co. KG	8
Testat	9

A

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	10
Zertifikate im A-Bereich (Baurelevante Produkte)	
Zertifikate im B- und C-Bereich (Büro, Infrastruktur und Werkzeug)	11-12
A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	13
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	13-14
A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	15
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	15
A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	16
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	17-18

B

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	19
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	20
B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln	21
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	21
B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	22
B4 Eigentum und Mitentscheidung	23
B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme	23

C

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	23-25
C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	26
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	26-27
C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	28

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	28-30
C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischer Verhaltensweisen	31
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	31-32
C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates	33
D	
D1 Ethische Kundenbeziehung	33
D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen	34
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern	35-36
D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern	37
D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	38
D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen	39
D4 Kund/innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	39-40
D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen	41
E	
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	41-42
E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen	43
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	43
E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung	44
E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention	44
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	44
E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	45
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	46
E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation	46
Kurzfristige Ziele	47
Langfristige Ziele	47
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	48

Das Unternehmen

Firmenname: Klaus Stuckert GmbH & Co. KG

Rechtsform: GmbH & Co. KG

Eigentums- und Rechtsform: Inhabergeführtes Unternehmen

Website: www.stuck-stuckert.de

Branche: Stuckateur Meisterbetrieb, Malerfachbetrieb, Handel für Naturbaustoffe

Firmensitz: 30171 Hannover, Redenstr. 8

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 6

Vollzeitäquivalente: 5

Berichtszeitraum: 01–12/2021

Kurzpräsentation des Unternehmens

Unter dem Motto „Das traditionelle Stuckateur-Handwerk nach alter Väter Sitte – authentisch und qualitätsbewusst“ hat sich der Stuckateur-Betrieb seit 30 Jahren in Hannover entwickelt.

Die Stuckert GmbH (Rechtsform) besteht seit 1993 und hat sich seit Beginn vor 30 Jahren dem Arbeiten mit natürlich historischen Baumaterialien und Arbeitstechniken verschrieben. Alle Erfahrungen haben gezeigt, dass das Bauen mit den Produkten der Natur nicht nur zu den nachhaltigsten, sondern auch zu den langlebigsten und wohngesündesten Ergebnissen führt.

Diesen Weg will die Stuckert GmbH (s.o.) weiterhin gehen und die Produkte der Natur mit ihren Qualitäten wieder in das Zentrum unseres Wohnens und Lebens stellen. Mit dem Eintreten von Mike Schleupner wird das Spektrum unseres Angebotes um das Thema Farbe und Gestaltung vertieft. Damit soll das einfache, sowie das konzeptionelle Gestalten mit natürlichen und historischen Materialien im Bereich Malerhandwerk ein neues Forum erhalten. Bis heute ein disruptiver Ansatz, den es auch bei uns erst umzusetzen gilt, da gerade das Malerhandwerk geprägt ist vom Gebrauch industrieller und globalisierter Produkte. Kaum ein Kunde weiß, woher die Rohstoffe kommen, die für unser Bauen in unseren teuer erworbenen Häusern verwendet werden und das Thema Nachhaltigkeit gewinnt immer mehr an Relevanz. Im Innen- und Außenbereich stellen erdölbasierte Beschichtungsstoffe seit einigen Jahrzehnten den Großteil der verwendeten Produkte dar. Sie werden seitens der Industrie als rationell, wirtschaftlich und mit dem Fokus auf Gewinnmaximierung dargestellt. Gerade bei der Renovierung von Innenräumen rückt der Mensch mit seinen Grundbedürfnissen nach einem gesunden und sinnvollen Einsatz von Inhaltsstoffen in den Hintergrund. Bei der Rekonstruktion historischer Bausubstanz wurden in den vergangenen Jahrzehnten im Sinne einer zeitsparenden und kurzlebigen Verarbeitung von Baumaterial viele substanzielle Fehler gemacht. Dies hat teilweise zu großen Schäden an und in historischen

Gebäuden geführt. Dabei ist gerade die Erhaltung dieser Häuser fundamental wichtig für nachfolgende Generationen. Nur so lässt sich nachvollziehen, wie der nachhaltige und sich über Jahrhunderte entwickelte sinnvolle Umgang mit Bausubstanz in der Vergangenheit funktionierte, um dies auch in zukünftige Überlegungen miteinzubeziehen.

Weiterhin möchten wir unseren Teil zur gesellschaftlichen Veränderung in Richtung Nachhaltigkeit beitragen und die Wohn-, Lebens- und Langzeitqualität unserer Kunden und Kundinnen durch den Einsatz der sinnvollsten Produkte erhöhen. Und das sind in beiden Fällen und ohne Frage das Handwerk und die Produkte der Natur.

Unsere Arbeiten stellen einen langfristigen Mehrwert für unsere Kunden dar. Im Außenbereich (Fassade) haben wir Renovierungsintervalle von 20 bis 25 Jahren und länger. Gewährleistet wird diese Langlebigkeit durch die Nutzung von traditionellen und hochwertigen Materialien (dazu gehören Sande, Kies, reiner gebrannter Kalk, Lehm, Natur-Öle, mineralische Farben und Pigmente usw.) und deren fachgerechte Anwendung. Hervorzuheben ist unser Bestreben, Materialien zum Einsatz kommen zu lassen, die die "offene Bauweise" gewährleisten. Das heißt, dass das Material den Wasser- und Wasserdampfausgleich unterstützt und so einen sinnvollen bauphysikalischen Umgang mit der Bausubstanz eingeht. Seit dem Einsatz der Industrie von anorganischen Baustoffen rückt die "offene Bauweise" immer mehr in den Hintergrund. Dies vermeiden wir mit unserer Arbeitsweise und unserer Firmenausrichtung. Diese Philosophie ist 30 Jahre erfolgreich gewachsen und soll auch in den kommenden Jahrzehnten so weitergeführt werden.

Im Innenbereich ist mit Renovierungsintervallen von 5 bis 10 Jahren zu rechnen. Bei der Umsetzung der Arbeiten wird Wert auf allergiefreie Alternativen zu "organischen, erdölbasierenden Materialien" gelegt. Auch hier kommt die offene Bauweise zum Tragen. Die einzelnen Produktvorteile sind bereits in der Bilanz benannt. Mit dem Eintreten von Mike Schleupner als neuer Teilhaber wird die Firmen-Philosophie weiterentwickelt und an die nächste Generation übergeben.

Produkte / Dienstleistungen

Dienstleistungen:

Handwerk: Stuckateur-, Restaurierungs-, Trockenbau-, Putz- und Malerarbeiten, die in der Ausführung auch gewerkeübergreifend umgesetzt werden.

Planung und Architektur: Beratung und Ausarbeitung von Farb- und Restaurierungs-, Sanierungs-, Raum- und Farbkonzepten, Baukonzepten. Projektbezogen schließt dies auch Kostenrahmenüberwachung, Bauleitung und Baukoordination mit ein.

Produkte:

Teil unseres Unternehmens ist ein Naturbaustoffhandel.

Der Handel umfasst natürliche und nachhaltige Baustoffe = Baustoffe auf Basis Kalk, Lehm, Gips, Wasserglas oder Silikatfarben, Natur- und Mineralpigmente, natürliche Zemente, Öle, Leime, Zellulose.

Anteil des Handels am Gesamtumsatz:

Dienstleistungen	Produkte
ca. 90%	ca. 10%

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Wir finden es oft erstaunlich zu sehen, wie wenig Eigenverantwortung und Bewusstsein für die heutige Ist-Situation bei uns allen vorhanden sind. Dabei wissen wir alle, was es bedeutet und wie wir die Welt zurücklassen, wenn wir unser Handeln nicht verändern. Es ist keine Laune der Zeit, nachhaltig zu agieren. Es ist ein Muss, damit die Zukunft ermöglicht wird. Es ist unsere Verantwortung und es besteht die Notwendigkeit zu handeln. Wir verfolgen mit unserem Tun das Ziel, positiv auf nachfolgende Generation und unseren Konsum zu wirken.

Durch die Gemeinwohl-Zertifizierung wird unser Handel am Markt objektiv, transparent nachvollziehbar und sichtbar gemacht.

Die Gemeinwohl-Zertifizierung ist anders und sie kann ein Beitrag für ein nachhaltiges Wirtschaften und eine nachhaltige Gesellschaft sein, wenn wir sie als Wirtschaft und als Konsument*in ernst nehmen. Also haben wir mit all dem den Schritt gewagt, auch unser wirtschaftliches Handeln Gemeinwohl-zertifizieren zu lassen.

Wir arbeiten seit fast 30 Jahren mit dem Anspruch dieser Zielsetzung, in einigen Bereichen (Büro, Banken usw.) waren wir nicht immer konsequent genug. Hier besteht Handlungsbedarf. Bei uns mit dem Ziel, die natürlichen und historischen Materialien weiterhin in das Bauen zu bringen, mit den Arbeitstechniken, die dafür am besten sind und mit dem Wissen, dass es für das Bauen und Wohnen nichts Wertvolleres gibt.

Unser Handeln war bereits so ausgebildet, dass man durchaus sagen kann, wir haben uns in den letzten Jahrzehnten im Rahmen der Philosophie der GWÖ bewegt. Mit dem Erstellen der Gemeinwohl-Bilanz und der Mitgliedschaft wollen wir nun den Schritt gehen, uns aktiv in der GWÖ-Bewegung zu engagieren und dies auch öffentlich zu machen.

Dazu gehören:

- Übertarifliche Bezahlung und Bonuszahlungen an die Mitarbeiter/innen

- Mitbestimmung und Mitverantwortung der Mitarbeiter/innen bei den jeweiligen Bauvorhaben
- Verantwortungsvolles und selbstbestimmtes Miteinander
- Jährliche Spende von 1% und mehr des Firmenumsatzes für gemeinnützige Organisationen
- Ausbau weiterer Arbeitsfelder im Bereich der nachhaltigen Bauvorhaben (BV von Lenthe, Zusammenarbeit Beeck`sche Farbenwerke)
- Reduzierung von umweltbelastenden Materialien
- Regionales Arbeiten im Raum Hannover

Kontaktpersonen sind:

Mike Schlepner und Klaus Stuckert

Ziele der Stuckert GmbH und Co. KG

Seit Firmengründung steht das Bauen mit natürlichen und historischen Materialien und Arbeitstechniken im Mittelpunkt der Firmenkultur.

Angestoßen von einem Vortrag von Christian Felber über die Gemeinwohl-Ökonomie hat sich uns die Notwendigkeit gezeigt, das nachhaltige Bauen mit dem nachhaltigen Wirtschaften zu verknüpfen. Das dies erfolgreich gelingen kann, ist unser Ziel und unsere Verbindung zu der Gemeinwohl-Ökonomie.

In dem Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz fand eine vertiefte Auseinandersetzung mit der Gemeinwohl-Bilanz und mit einem Unternehmer statt, der bereits bilanziert worden ist.

Mike Schlepner

m.schlepner@stuck-stuckert.de / 0163 4797325

Klaus Stuckert

k.stuckert@stuck-stuckert.de / 0163 2748474

Testat



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Auditprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:

**GEMEINWOHL
ÖKONOMIE** Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft
Bilanzierendes Unternehmen mit externem Audit

Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	Klaus Stuckert GmbH und Co. KG
---------	----------------	-------------------	--------------------------------

**M5.0
Kompaktbilanz**

2021

Auditor*In:
Michael Pelzl

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 30 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 70 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 40 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 10 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 10 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 30 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 40 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 50 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 20 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 20 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 30 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 40 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 40 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 40 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 30 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 30 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 10 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 10 %

Testat gültig bis:
31.10.2025

**BILANZSUMME:
281**

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.

TestatID: c476w

Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 05.10.2023

Bridget Knapper and Manfred Jotter / Executive Directors
International Federation for the Economy for the Common Good
e.V., VR 24207

**INTERNATIONAL
FEDERATION**
for the Economy for the Common Good e.V.

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Im Handwerksbereich wurden Baustoffe und Dienstleistungen zugekauft, die wir für unseren Handel und unseren Handwerksbetrieb benötigen.

Im Fokus der Auswahl unserer Lieferanten stehen der Gedanke der Menschlichkeit und die faire Produktion zu fairen Preisen, mit dem Ziel der partnerschaftlichen Vernetzung regional produzierender Betriebe.

Unsere Dienstleistungen werden mit unserem eigenen Baustellenteam ausgeführt, flankiert von handwerklichen Partnerbetrieben und Nachunternehmer/innen, mit denen wir über Jahrzehnte zusammenarbeiten, deren Zusammenarbeit und Expertise wir sehr schätzen und die wir fair und marktüblich bezahlen.

Für unsere Produkte- und Dienstleistungen haben wir uns auf das Bauen mit natürlichen Baustoffen in einem fairen und respektvollen Umgang mit den Beteiligten spezialisiert.

Das Thema soziale Risiken stellt sich in jeder Firma und in jedem Marktbereich. Jede Firma bekommt sehr häufig Angebote des "gleichen" Produktes, nur zu einem signifikant günstigeren Preis.

Die Basis unserer Evaluierung sind Einzelgespräche durch persönliche Kontakte zur Geschäftsführung der Unternehmen, die im Jahr 2021 ca. 80 % unserer Produkte geliefert haben. Regionalität und eine nach Tarif bezahlte Produktion stehen für uns im Fokus. Der regelmäßige Austausch ist uns wichtig, um Veränderungen bei unseren Lieferanten zu erkennen und bestenfalls sogar mitgestalten zu können.

Bei größeren Firmen (wie z.B. Keimfarben) legen wir Wert auf die Zertifizierung nach der Umweltnorm 14001 und nach ISO 9001 und der Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichtes, in der auch soziale und ethische Fragen beinhaltet sind. Um dies zu untermauern haben wir einen Fragebogen entwickelt und an diese Unternehmen gesendet, um für uns einzuordnen, ob die Philosophie mit den von uns eingeschlagenen Weg konform ist.

Der Rücklauf machte deutlich, dass viele unserer Lieferanten als Familien- bzw. Kleinunternehmen sich keine Zertifizierung leisten. Das war ein mehrheitliches Ergebnis der Befragung. Es bleibt also auch hier die Beurteilung der Selbstdarstellung der Unternehmen nach unserem Vier- oder Achtaugenprinzip und unseren Erfahrungswerten aus 30 Jahre Expertise.

Durch unsere stringente Ausrichtung zu regional produzierenden Unternehmen besteht unsere Evaluierung der sozialen Risiken aus persönlichen, transparenten und direkten Lieferantenbeziehungen, die zum Teil über Jahrzehnte gewachsen sind. Man kennt sich und die Arbeitsweisen des anderen, hat deren Unternehmensentwicklung mit verfolgt und vertraut ihnen. Durch Betriebsbesichtigungen bekommt man zudem einen Einblick über die

menschenwürdigen Arbeitsbedingungen. Wäre hier etwas nicht in Ordnung, wären sie nicht unsere Lieferanten.

Um die Menschenwürde gegenüber unseren Berührungsgruppen zu stärken, wollen wir vor allem die GWÖ-Zertifizierung nutzen, über die wir mit jedem wichtigen Lieferanten und unseren Dienstleister/innen sprechen.

Dies tun wir in persönlichen Gesprächen mit der jeweiligen Geschäftsführung und den jeweiligen Mitarbeiter/innen. So können wir sensibilisieren und Wege auszeigen, die sich bei uns erfolgreich etabliert haben. Wir wollen auch hier eine Vorbildfunktion einnehmen.

Zertifikate im A-Bereich (Baurelevante Produkte)

Wir haben uns auf das Bauen mit natürlichen Baustoffen ausgerichtet. Lobby-geprägte Verbände verhindern mehr das Bauen mit natürlichen und nachhaltigen Produkten, als es zu fördern, was auch in der Ausgestaltung von Zertifikaten seinen Ausdruck findet. Zudem sind viele Zertifikate sehr teuer und fördern die großen Hersteller, da sie für kleine, regionale Hersteller nicht finanzierbar sind. So sind gerade durch den Zertifizierungs-Druck viele regionale und nachhaltig agierenden Firmen vom Markt verdrängt worden, was eine Fehlentwicklung ist.

Da wir unsere Produkte vorwiegend von kleinen Manufaktur-Betrieben beziehen, die nicht über die notwendigen finanziellen Mittel zum Kauf von Labeln verfügen, hat dieses Thema auch deshalb eine geringe Relevanz für das nachhaltige und Gemeinwohl ausgerichtete Bauen.

Unsere Auswahl an Zertifikaten sind jene, die die Wohngesundheit und/oder das Bauen mit nachhaltigen und langlebigen Produkten fördern. Diesen gelten unsere Förderung und Aufmerksamkeit:

- a) Voll-Deklaration: Wir bevorzugen Lieferanten, die sich zur Volldeklaration ihrer Inhaltsstoffe bekennen. Dazu gehören folgende unserer Lieferanten: Kreidezeit, Thymos, Beeck Farben, Hessler Kalkwerke, reine Leinölfarben, Claytec.
- b) Emissions-Deklaration: Wir bevorzugen – wo immer möglich – Produkte, die gar keine Emissionen haben. Dazu gehören unsere rein mineralischen Produkte wie Lehm- und Kalkprodukte, sowie unsere Leimfarben.

Zertifikate im B- und C-Bereich (Büro, Infrastruktur und Werkzeug)

Im B- und C-Bereich unseres Unternehmens haben wir bis zum Beginn der Erstellung der GWÖ-Bilanz noch zu wenig Wert auf die Auswahl der richtigen Lieferanten gelegt. Hier steckt noch viel positives Entwicklungspotential, das wir proaktiv wie folgt umsetzen wollen.

- **Büroartikel:** Nur von nachhaltig agierenden Firmen mit aussagekräftigem Nachhaltigkeits-Bericht (z.B. Memo)

- **Strom:** 100% Ökostrom von nachhaltig agierenden Firmen, die für die Energiewende stehen (Enercity). Wir beziehen in Hannover und Sehnde Öko-Strom.
- **Lebensmittel für Mitarbeitende:** Aus ökologischem Anbau (Mindestanforderung = EU-Bio-Siegel, am besten Fairtrade/Bio).
- **Malerwerkzeug:** Es ist sehr schwierig, Werkzeuge von regional herstellenden und nachhaltig agierenden Firmen zu beziehen, da dieser Bereich von der globalen Herstellung dominiert wird. Wo gefunden, arbeiten wir seit Jahren mit regionalen und nachhaltigen Werkzeugherstellern (FW Rosenberg, Pajarito). Auch angestoßen durch die GWÖ-Bilanz werden wir uns auch intensiver auf die Suche nach "GWÖ-geeigneten" Firmen begeben.

Alle Produkte von unseren regional herstellenden Lieferanten werden, soweit wir dies nachvollziehen können, unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt. Das betrifft alle unsere Dienstleister (Nachunternehmer/Innen, IT-Service und Kommunikation).

Im Berichtszeitraum wurde bereits der Austausch unserer Farbrollen zu regionaler und nachhaltiger Produktion (Tunc Farbrollen) angestoßen und Musterwerkzeug dazu bestellt. Ebenso von Beeck Farben.

Beginn des Austausches von technischen Pigmenten hin zu Naturpigmenten für den Bereich Denkmalpflege.

Beginn der Umstellung der Produktpalette des Naturbaufachhandels und der Anstrichsysteme auf Beeck´sche Naturfarben.

Die Herstellung von Produkten aus dem globalisierten Volumen-Bereich (wie z.B. Produkte aus dem Malerbedarf wie Klebebänder und Abdeckmaterial und technische Pigmente) ist meist sehr intransparent und lässt sich nicht wirklich nachverfolgen. Es ist nicht möglich, alle Produkte zu vermeiden, da es oft keine faire Alternative gibt. Wir werden diese Produkte weiter ausgrenzen. Als Beispiel sei die Lieferantenkette von bspw. Klebebändern genannt, über die es keine bzw. kaum Informationen gibt. Allerdings sind auch unsere Lieferanten inzwischen sensibilisiert und achten vermehrt auf verfügbare Nachweise.

Als nächsten Schritt wollen wir die technischen Pigmente komplett durch Naturpigmente ersetzen und unsere Pinsel von regionalen, familiengeführten Unternehmen beziehen. Tunc Farbrollen in Berlin ist ein Hersteller, der laut eigenen Angaben ausschließlich in Deutschland produziert und alle Produkte aus Deutschland bezieht.

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Die Menschenwürde in der Zulieferkette wurde, soweit dies für uns direkt nachvollziehbar ist, im Rahmen unserer Möglichkeiten, nicht verletzt. Bei den Unternehmen, mit denen wir seit Jahrzehnten zusammenarbeiten sind keine Negativaspekte erkennbar.

Zur Vereinfachung von Betriebsabläufen haben wir uns entschieden, auf bekannte IT-Marktführer zu setzen. Im Berichtsjahr haben wir uns dazu entschieden die Branchensoftware Winworker zu kaufen und mit Microsoft Teams zu arbeiten. Informationen, die Geschäftsführer wie auch Mitarbeiter betreffen, können so schnell und transparent ausgetauscht und kommuniziert werden. Daten werden unter datenschutzrechtlichen Vorgaben gespeichert, Arbeitsabläufe optimiert.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Der persönliche Kontakt hat auch bei unseren Lieferanten-Beziehung Wichtigkeit und Geltung. Direkte und persönliche Kommunikation und ein Einkauf zu gesunden und partnerschaftlichen Preisen fördern den solidarischen Umgang aller Beteiligten. Wir sehen dies als das Erfolgsmodell der Zukunft – auch für unsere Lieferanten. Es besteht ein reger und persönlicher Kontakt zu den Entscheidungsträger/innen der Zulieferunternehmen, z.B. zu Kreidezeit mit Herrn Bettentrupp, Hessler Kalk mit Herrn Gramespacher, Beek'sche Farbwerke mit Herrn Ascherl, RH Gebäudereinigung mit Herrn Huthmann, Goldmann Bedachungen mit Herr Goldmann, Malerbetrieb Kassir mit Herrn Kassir, Blitzgerüst mit Herr Diehe usw.

Wir verstehen uns als Teil der gesellschaftlichen Veränderungsprozesse in Richtung einer kooperativen Wirtschaftsweise. In dieses Ziel binden wir unsere Lieferanten in einer proaktiven Kommunikation mit ein. In unserer Kommunikation mit unseren Lieferanten sprechen wir über Produkte, Innovationen und Märkte und den Mehrwert einer solidarischen und nachhaltigen Produktion.

Hier geht es u.a. auch um Materialformulierungen wie dem Anlegen von Materialmischerachsen, die als Grundlage für Baumaßnahmen zum Einsatz kommen. Als Beispiel sei die händische Kalkmörtelformulierung genannt, die aus Kalk, Zusatzstoffen und Pigment besteht und von Hessler Kalk hergestellt wird. Solche Anregungen helfen beiden Seiten.

In unseren Gesprächen machen wir darauf aufmerksam, dass wir unsere Lieferanten nicht im Wettbewerb, sondern in der Ausrichtung einer gesunden und langfristig angelegten Partnerschaft sehen. Daher haben wir zu unseren Lieferanten eine lange Partnerschaft.

Gerne nehmen wir an der Entwicklung unserer Lieferanten aktiv teil, da wir als Partner partizipieren. So entsteht eine Win-Win-Situation für beide Seiten.

Mit Beek Farben oder Kreidezeit tauschen wir uns persönlich aus, um unsere Erfahrungen und Anforderungen durch die Denkmalpflegebehörde weiterzugeben, die bis ins kleinste Detail gehen.

Ob es bei der Lieferkette bei den Produkten unserer Lieferanten zu Risiken oder Missständen kommt, können wir weder überprüfen noch beurteilen. Da wir aber vorwiegend auf Naturmaterialien aus der Region setzen, vertrauen wir unseren Partnern.

Werden die uns wichtigen Kriterien nicht eingehalten, wird die Zusammenarbeit beendet, wie z.B. mit Auro Farben, Volimea Kalk, Edel & Stein.

Wir wollen nachhaltige Produkte, wir wollen wissen, was drinsteckt, also die vollständige Ausweisung aller Inhaltsstoffe. Und unsere Philosophie muss verstanden werden und passen. Tut es das nicht, muss man sich trennen.

Handel: Ca. 30% verbleiben bei uns, ca. 70% der Wertschöpfung geht an unsere Lieferanten.

Eigenverarbeitung: Ca. 80% verbleiben bei uns, ca. 20% der Wertschöpfung geht an unsere Lieferanten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

1. Farbbrollen Tunc wurde als regionaler Hersteller qualifiziert.
2. Erdölbasis Dispersionen werden Schritt für Schritt durch nachwachsende und nachhaltige Dispersionen ersetzen (Thymos und Beeck).
3. Konzentration auf regional hergestellte Produkte (Büroartikel: Memo)
4. Lösen bzw. Verabschiedung von der Großindustrie (Brillux, KEIM usw.)

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant/innen

Mit unserer kleinen Betriebsgröße sind wir nicht in der Lage, und beabsichtigen auch nicht, Marktmacht bei unseren wesentlichen Lieferanten auszuüben.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Unsere Malerprodukte werden durch den Zusammenschluss neu integriert und modifiziert (weg von industriell hergestellten Farben und Putzen auf Erdölbasis hin zu naturbasierten Produkten). Traditionelle Arbeitstechniken (bspw. Deckenbürste statt Rolle) runden die Neuausrichtung in gestalterischer und handwerklicher Qualität ab und erreichen eine Klientel, das Wert auf nachhaltige und werthaltige Handwerksarbeit legt.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Der Kernbereich und Fokus unserer Firma ist das Bauen mit natürlichen Materialien. Dies Kernthema sprechen wir bei allen unseren Lieferanten proaktiv an, wodurch die Gespräche eine eigene Dynamik entwickeln, da uns eine gemeinsame Vision (s.o.) verbindet. Die Entwicklung von Marktanteilen mit natürlichen Baustoffen und von regional herstellenden Firmen im Familienbetrieb fördert das faire und solidarische Miteinander intrinsisch.

Die möglichst ökologische Produktion unserer verwendeten Produkte ist eines der Kernziele unserer Firma und stellt eine unserer höchsten Prioritäten bei unserer Lieferantenauswahl dar.

Ein Umbau unserer Lieferanten für den Malerbereich in Richtung ökologische Produkte und Produktion ist in der Umsetzung ebenso wie die weitere Anschaffung von regional hergestellten Malerwerkzeugen.

Wenn es möglich ist, kaufen wir unsere Produkte gerne als trockene Sackware. Diese Materialien haben eine lange Lagerungszeit, teilweise von Jahrzehnten. Das gerade benötigte Material kann in der genau benötigten Menge angemischt werden. Das spart nicht nur Material, sondern auch Transport-, Energie-, und Entsorgungskosten.

Wir haben einen eigenen Lieferanten-Fragebogen entwickelt. Hier stehen wir in persönlichem Kontakt zu allen wichtigen Lieferanten, um den Fragebogen mit einem Feedback ausgefüllt zurückzubekommen. Eine detaillierte Auswertung steht noch aus. Darüber hinaus sind unsere eigenen Eindrücke ein entscheidender weiterer Teil unserer Bewertungsgrundlage zur ökologischen Nachhaltigkeit in der Zulieferkette. Dazu gehört auch die Darstellung der Inhaltsstoffe als Volldeklarationen. Für uns ein wichtiger Aspekt und ein Zeichen für eine gute, gemeinsame Zusammenarbeit.

Da wir in einigen Bereichen Händler-Status haben, können wir Materialien günstiger einkaufen und auch anbieten. Wir sind somit in der Lage, Nachfragen zu bedienen bzw. auch eine Öffentlichkeit zu generieren und mit und für die Produkte Werbung zu machen.

Im Prinzip gilt das bei allen Produzenten aus dem Stuckateur-Bereich mit Kreidezeit, Reine Leinölfarben, Hessler Kalkwerke, Branntkalkwerk Körndl, Otterbein und Claytec. Im Malerbereich sind es die Farbrollen Tunc und die Beeck'sche Farbwerke.

Der Anteil an ökologisch höherwertigen Alternativen im Vergleich zu herkömmlichen Materialien ist in unserem Unternehmen sehr hoch. Sie kosten aber auch mehr. Allein die Herstellung von höherwertigen Farben und Werkzeugen in den kleinen Manufakturen, die uns beliefern, ist wesentlich kostenintensiver als die Massenprodukte der Industrie. Unsere Kund/innen haben einen sehr hohen Qualitätsanspruch und sind bereit, für die konsequente Verarbeitung von Naturfarben einen höheren Preis zu zahlen als für die gängigen erdölbasierten Produkte der großen Industriehersteller. Auch für sie ist es wichtig zu wissen, woher

die Produkte stammen und was genau sie enthalten. Ganz im Sinne der ökologischen Nachhaltigkeit.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ein Fragenkatalog wurde entwickelt, unseren wichtigsten Lieferanten zugesandt und diskutiert.

Im Malerbereich und bei den Büroartikeln befinden wir uns mitten im Prozess. Unser Fragenkatalog war auch und gerade an diese Lieferanten-Ebene gerichtet, die unsere Grundlage für die Auswahl unserer zukünftigen Lieferanten bildet.

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Nach unserem Wissen werden keine Materialien gekauft, die mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen hergestellt werden.

a) Massen-Rohstoffe

Zuschlagstoffe: Kalk, Quarz, Lehm

Bindemittel: Kalk, Lehm, Gips, Sand, Kies, Wasserglas, Sol Silikat, Cellulose, Dispersionen (naturharz- und Erdöl-basierend) usw.

Bei der Beschichtung von bestimmten Oberflächen wie z.B. verzinkten Metallbauteilen müssen bestimmte Voraussetzungen erfüllt werden. Dies ist mit den historischen Beschichtungsstoffen in dem Maße wie es die VOB (Vertragsordnung für Bauleistungen) fordert, nicht zu erfüllen. Daher greifen wir in bestimmten Fällen zu Produkten der Industrie. Eine Bearbeitung mit historischen Produkten ist bei der Ausführung bestimmter Tätigkeiten mit großem Aufwand verbunden, der eine Wettbewerbsfähigkeit im Vergleich mit anderen Malerbetrieben ausschließt. In den Leistungsvorschriften der Planer und Architekten sind meist Produkte, die zu verwenden sind, vorgeschrieben, alternativ müssen vergleichbare Produkte zum Einsatz kommen.

Im Stuckateur-Bereich werden meistens Rohstoffe wie Sand, Kies, Kalk, Romanzement, Gips usw. verarbeitet

Pigmente: Naturpigmente, Mineralpigmente (abnehmend, sind in allen Silikatfarben), organische Pigmente (abnehmend)

a) Neben-Rohstoffe

Bindemittel: Cellulose, Dispersion, Zement, Leinöl, Wasserglas, Puzzolanische Zemente (teilweise wird der Einsatz von zementhaltigen Baustoffen seitens der Auftraggeber und Architekten ausdrücklich gewünscht und entspricht deren Vorstellungen an die Anforderungen der Baumaterialien)

Pigmente: Mineralpigmente, organische Pigmente

b) Büro und Kommunikation: Papier und Strom, technische Geräte

Verkehr und Transport: Brennstoffe, Strom, technische Geräte, Infrastruktur

Wir setzen sowohl auf Verbrenner und planen den Einsatz von E-Mobilität, wenn es wirtschaftlich und ökonomisch Sinn macht.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Wir haben uns auf das Bauen mit natürlichen und nachhaltigen Rohstoffen spezialisiert. In unserem Herzensbereich haben wir es mit dieser Ausrichtung fast ausschließlich mit regional produzierenden und familienständigen Firmen zu tun. Unsere persönliche Einschätzung auf Basis persönlicher Kontakte ist daher die Grundlage unserer Entscheidungskriterien.

Die Parameter unserer Auswahlkriterien sind von dem Segment abhängig, in dem sie zum Einsatz kommen:

Herstellung von Bauprodukten

Energie

Wir wollen, dass die Produkte unserer Lieferanten mit nachhaltiger und ökologischer Energie hergestellt werden. Wir sprechen mit ihnen über die Wichtigkeit, die wir mit diesem Punkt verbinden.

Materialien

Mit unseren Fragebögen wollen wir unsere Zulieferer dazu sensibilisieren, mit uns in Kontakt zu treten, sich zu reflektieren, zu hinterfragen und gemeinsam eine Entwicklung voranzutreiben. Diese soll einen verantwortungsvollen und nachhaltigen Umgang mit Ressourcen stärken und weiter ausbauen.

Erdöl und Natur öle (Additive und Dispersionen)

Holz (Fasern und Leime)

Technologien: Brennöfen, Mahlwerke, Polymer-Reaktoren,

Inwieweit die Lieferanten unserer Lieferanten der ökologischen Nachhaltigkeit nachkommen, können wir maximal erfragen und nicht selbst in Erfahrung bringen.

Dazu fehlen uns bei unserer Betriebsgröße die Möglichkeiten.

Deshalb ist es in erster Priorität für uns wichtig, dass nach persönlichen Einschätzungen und auf Basis persönlicher Kontakte gehandelt wird.

Wir erhöhen, wo immer möglich, den Anteil an natürlichen Baustoffen von regional produzierenden Unternehmen. Dieser liegt im Stuckateur-Bereich bereits bei über 90%. Im Malerbereich arbeiten wir gerade als neu integrierten Bereich an der Umsetzung dieses Zieles.

Wir nehmen den verpflichtenden Indikator von Produkten und Rohwaren mit Label sehr ernst. Allerdings sehen wir die Wirkung eines Labels – auch durch die hohen Zertifizierungskosten für kleine, dezentrale Hersteller in unserem Segment kritisch. Für uns ist die Zertifizierung nach der Gemeinwohl-Bilanz ein gangbarer, sinnhaltiger und wertvoller Weg, den wir in unserem Einkauf favorisieren würden. Da wir in unserem Segment ein Pionierunternehmen sind, stehen uns in den wichtigen Bereichen (noch) keine gemeinwohl-bilanzierten Lieferanten zur Verfügung.

Um einen transparenten und partizipativen Umgang unserer Zulieferer mit Anspruchsgruppen zu thematisieren, haben wir unseren Fragebogen entwickelt und allen Lieferanten zugesandt. Im Baubereich ist die Transparenz sehr gut an der Volldeklaration nachvollziehbar und ein Gesichtspunkt bei der zukünftigen Auswahl in Bezug auf eine Zusammenarbeit.

Die Auswertung des Fragebogens im Detail steht noch aus.

Im Allgemeinen klagen wir in diesem Bereich auf einem hohen Niveau. Nichtsdestotrotz wollen wir auch die allgemein akzeptierten Produkte wie organische Farben und Lacke und Portlandzemente durch bessere Alternativen ersetzen. Wir betrachten das als einen ganzheitlichen Prozess, der beim Wechsel des Materials auch eine Umgewöhnung der Mitarbeitenden, die dieses Material verarbeiten müssen, beinhaltet. Die Verarbeitung von Naturharzfarbe unterscheidet sich sehr von der Verarbeitung von erdölbasierten Industriefarben. Untergründe müssen viel intensiver vorbereitet werden. Das Verarbeiten und das Wissen um die Untergründe und die Verarbeitungs- und Vorbereitungszeiten müssen Stück für Stück erlernt und umgesetzt werden.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Der Jahresabschluss 2021 wird erst Mitte 2023 fertig gestellt, aber ist als betriebswirtschaftlicher Kurzbericht beigelegt.

Eine Rücklage ist im Gesellschaftervertrag festgelegt.

Es sind keine unmittelbaren Fremdfinanzierungen in überschaubarer Zukunft geplant.

Eine Ablösung der bestehenden Finanzierungen der Autos ist nicht sinnvoll. Bei den aktuell angebotenen Zinssätzen wäre ein Wechsel oder eine Ablösung zur Verringerung der Finanzrisiken nicht zielführend und würde zu einem immensen

Aufwand und Zusatzkosten führen. Sollten neue Fremdfinanzierungen nötig sein, soll in Zukunft aber besonderes Augenmerk darauf gerichtet sein, Finanzpartner zu berücksichtigen, die nach den GWÖ-Richtlinien ausgerichtet sind.

Sparkasse Hannover

https://www.sparkasse-hannover.de/content/dam/myif/spk-hannover/work/dokumente/pdf/ihre-sparkasse/nachhaltigkeit/imug_Nachhaltigkeits_Rating_Sparkasse_Hannover_One_Pager_2022.pdf?n=true

Die Sparkasse Hannover hat ein unabhängiges Nachhaltigkeits-Gutachten erstellen lassen bei imug | rating. Das Ergebnis war 67 von 100 Punkten und ist somit "gut".

Commerzbank

<https://www.commerzbank.de/de/nachhaltigkeit/index.html>

Die Agenda der Commerzbank vom „Nachhaltigkeitsdialog“ am 17. September 2021. Die Commerzbank hat Nachhaltigkeit zu einem Pfeiler ihrer „Strategie 2024“ gemacht. Für uns bedeutet das: „Wir unterstützen unsere Kunden auf ihrem Weg zu mehr Nachhaltigkeit und gehen zugleich selbst mit gutem Beispiel voran.“

Die Ratings entsprechen nicht den GWÖ- Kriterien. Sie sind bei der Sparkasse von einem unabhängigen Dienstleister erstellt wurden. Die Commerzbank behandelt das Thema aktuell intern. Dennoch darf es als ein Schritt in die richtige Richtung bewertet werden. Unser Ziel besteht allerdings darin, mittelfristig zu einer Bank zu wechseln, die den GWÖ-Richtlinien entspricht. Weitere Finanzpartner sind die VHV bei den Versicherungen und Bürgschaften sowie die Mercedes Benz Bank für den Sprinter.

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil in der Branche laut ZDH-Zentralverbands des deutschen Handwerks:

Jahre	"Mangelhafte" Eigenkapitalquote von unter 10 Prozent an der Bilanzsumme			"Unzureichende" Eigenkapitalquote zwischen 11 und 30 Prozent an der Bilanzsumme			"Solide" Eigenkapitalquote von über 30 Prozent an der Bilanzsumme		
	Deutschland	West	Ost	Deutschland	West	Ost	Deutschland	West	Ost
2023	34,1	34,0	34,4	43,0	42,6	44,6	22,8	23,5	20,7
2022	34,3	34,4	34,1	43,6	44,5	41,2	22,1	21,2	24,7
2021	32,4	33,0	30,7	44,0	43,1	46,3	23,6	23,9	23,0

Unsere Eigenkapitalquote ist "solide".

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Finanzierung des neuen Firmenwagens durch Privatkredit von Klaus Stuckert.
Grund für den Privatkredit: kein bürokratischer Aufwand, geringere Zinssätze, keine Bindung an eine Bank, die nicht den GWÖ-Richtlinien entspricht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ein Bankwechsel zu einer Bank, die nach den GWÖ-Richtlinien arbeitet, ist angestrebt.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Jedes Jahr wird in die Zukunft investiert. Sei es durch Fortbildungen oder durch die Anschaffung neuer, nachhaltiger Materialien, mit denen auch erst einmal experimentiert wird, um zu prüfen, ob sie unseren hohen Ansprüchen genügen. Wir investieren in Drucksachen wie Visitenkarten, Beschriftung der Fahrzeuge für mehr Sichtbarkeit, die neue Gestaltung der Ausstellungsräume und die Teilnahme an Wettbewerben. Durch den Einstieg von Mike Schleupner wurde in Berater/innen investiert, die dabei unterstützt haben, die Weichen für die Zukunft des Unternehmens zu stellen.

Konkret ist im Berichtszeitraum in folgende Maßnahmen investiert worden:

Farbhersteller Beeck: Mattolin, die Farbe für den Innenbereich mit nachwachsenden Rohstoffen (Leinöl) als Bindemittel anstatt erdöhlhaltige Innenfarben.

Berater/innen: Die Handwerkstrainerin Andrea Eigel ist Expertin für das Handwerk. Die Diplom-Ökonomin zählt zu den renommiertesten Berater/innen im Handwerk, schult und berät Handwerksbetriebe bei ihren Strukturen, Mitarbeitergewinnung, der Sichtbarkeit etc.

Farbmanufaktur: Der Ausstellungsraum im Weidendam wurde durch Produkte der Firma Farbenmühle erweitert. Es kamen Materialien aus der Insolvenzmasse und eine Farbmühle, in der natürliche Erden gemahlen werden, um damit Naturfarben einzufärben, dazu.

Verpflichtende Indikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit

Anlagenzugänge für

Lieferwagen, Software, Maschinen

Die Gewinnvorentnahme der Geschäftsführer deckt den ermittelten privaten Bedarf. Im Rahmen der Nachfolge von Mike Schleupner wurde die gesamte private Situation berücksichtigt bei der Höhe der Privatentnahme.

Es soll eine jährliche Investitionsrücklage gebildet werden, um finanzielle Mittel für Engpässe (bspw. Winterzeit) zu überbrücken oder auch um größere Anschaffungen finanzieren zu können.

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Für die Verteilung der Geldmittel sind ausschließlich die Geschäftsführer verantwortlich. Eine Verteilung der Geldmittel erfolgt nach Absprache beider. Die Geldmittel sind fair verteilt.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Bei den getätigten Investitionen im Berichtszeitraum wurden Fahrzeuge, Software und Maschinen auch nach sozial-ökologischen Gesichtspunkten ausgewählt. Die Software und Maschinen sollen die Arbeit vereinfachen und das Auto so wenig Energie wie möglich verbrauchen.

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Regenwasser, Solarenergie... wären Möglichkeiten, die ökologische Bilanz des Unternehmens zu verbessern. Sie sind allerdings nicht vorgesehen seitens des Vermieters der Stuckateur-Werkstatt in der Südstadt.

Die Malerwerkstatt in Koldingen bezieht ihren Strom seitens des Vermieters aus Sonnenenergie (Photovoltaikanlage auf dem Dach). Nachhaltigen Strom beziehen wir in der Stuck-Manufaktur Südstadt von enercity. Das Büro in Ilten wird von den Stadtwerken Sehnde mit Ökostrom beliefert.

<https://www.energieversorgung-sehnde.de>



100% Wasserkraft - 100% Umweltschutz

Wir setzen bei unserem Produkt Sehnder ÖKOSTROM auf 100 % Wasserkraft – eine der saubersten Energieformen überhaupt. Die Stromproduktion erfolgt dabei absolut klimaneutral und ohne Gewässerbelastung.

Der Klimawandel ist ein globales Thema. Aktiv werden kann man jedoch vor der eigenen Haustür und in den eigenen vier Wänden. Denn Klimaschutz fängt Zuhause an!

Jeder hat die Möglichkeit einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten: Mit unserem neuen Produkt Sehnder ÖKOSTROM. Ihre Entscheidung für Sehnder ÖKOSTROM bedeutet konsequenten Klimaschutz, denn unser Produkt ist zu 100 % geprüft und zertifiziert.

Geheizt wird mit Gas und Pellets. Bei der Mobilität setzen wir auf einen Firmenwagen mit Hybridantrieb, der mit Ökostrom geladen wird.

Es werden zum jetzigen Zeitpunkt noch Erdöl-Farben und Spachtelmassen auf Kunststoffdispersionsbasis eingesetzt. Wie bereits erwähnt, wird die größtmögliche Unabhängigkeit bei den verwendeten Materialien von Erdöl als Rohstoff hin zu nachwachsenden und ökologisch unbedenklichen Rohstoffen angestrebt. Das bedeutet konkret kunstharzhaltige Farben- und Spachtel durch mineralische, silikatische Spachtel und Material, das auf Basis von Gips und Kalk beruht, zu ersetzen. Dies befindet sich bereits in der Umsetzung.

Die Bedeutung der Rohstoffknappheit ist in unserem Arbeitsbereich sehr groß. Die Verringerung der Nutzung von "endlichen" Rohstoffen wie Erdöl und der damit verbundenen schwierigen Entsorgung sind ein Hauptziel. Wir streben die Verwendung von gesundheitlich unbedenklichen Inhaltsstoffen bei der Verarbeitung im Sinne eines gesunden Wohnens für unsere Kund/innen an. Außerdem unterstreichen wir damit die Fokussierung unserer Tätigkeit auf historische Bausubstanz. Damit ändern wir das Geschäftsmodell des Malerbetriebes und passen es dem Stuckateur-Betrieb an.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Beeck Farben wurde als Hauptlieferant für Farben in unserem Unternehmen verankert.

Kreidezeit, Hessler und ausgesuchte Farbhersteller sollen den Großteil des verwendeten Materials stellen. Bei den industriell hergestellten Spachtelmassen bspw. fokussieren wir die Verwendung von maschinengängiger, mineralischer Spachtelmasse (bspw. Profitec P593 Spritzspachtel Grob, > 97% mineralischer Anteil). Dies ersetzt die bereits verwendeten Dispersionsspachtelmassen aus

organischen Kunstharzen.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Eigentümer aller Materialien Dinge sind Klaus Stuckert und Mike Schleupner zu je 50%. Sämtliche Rechte und Pflichten liegen somit in ihrem Verantwortungsbereich zu gleichen Teilen. Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung erfolgt zu gleichen Teilen mit gleichen Stimmrechten. Das ist so im Gesellschaftervertrag verankert. In regelmäßig stattfindenden Treffen werden die Eckpunkte über den Umgang mit dem Eigentum getroffen.

Mike Schleupner ist 2021 als Geschäftsführer zu 50% in den Betrieb eingestiegen. Beide Partner kennen sich seit Jahren über zum Teil gemeinsame Projekte, die Mike Schleupner bis zum Einstieg bei Klaus Stuckert mit seinem Unternehmen „Farbcompany“ umgesetzt hat.

Unternehmensbeteiligung

50% / 50% Klaus Stuckert und Mike Schleupner

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Im Bilanzzeitraum wurde keine feindliche Übernahme durchgeführt.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Die Unternehmenskultur des Handwerksbetriebes hat sich über Jahrzehnte entwickelt und ist gewachsen. Zum Teil finden wir wie in den meisten Handwerksbetrieben eine patriarchalische Unternehmensstruktur auch bei uns wieder. Dies ist der Größe unseres Unternehmens geschuldet, in der der Chef praktisch in Ausübung seiner Tätigkeit eine Rolle einnimmt, die in alle Bereiche reinreicht.

Dies zeigt sich bei der Auswahl der Bewerber, der Einteilung der Arbeitszeiten, der Personaleinteilung, Kundenkontakt usw.

Sowohl die Maler als auch die Stuckateure agieren sehr eigenverantwortlich, planen und setzen ihre anspruchsvolle Arbeit in dem Rahmen um, der ihnen von der Geschäftsführung bzw. Projekterfordernissen vorgegeben wird. Die Geschäftsführer sind stets bestrebt diesen Rahmen modern und zeitgemäß zu gestalten. Sie setzen sich anhand von Impulsen der Handwerkskammer, Fachmedien und dem Zeitgeist auch mit alternativen Arbeitszeitmodellen und neuen Strukturen auseinander.

Dabei geholfen haben Seminare mit der Handwerkstrainerin, Frau Eigel, und der Wirtschaftsförderung mit Thomas Löhr, der Betriebsstrukturen und -abläufe optimiert hat.

Die Ausübung der Tätigkeit der Mitarbeiter mit mehr Eigeninitiative und Verantwortlichkeit muss immer wieder auf den Prüfstand und den Erfordernissen an die Altersstruktur und den Kundenwünschen angepasst werden. Dabei ist immer wieder eine Sensibilisierung der Parameter in Mitarbeitergesprächen erforderlich. Digitale Hilfsmittel wie Tablets und Handys mit entsprechender Branchensoftware unterstützen die Mitarbeiter dabei, die Arbeitsabläufe zu vereinfachen, damit sie sich auf die eigentliche Arbeit fokussieren können: Die Umsetzung der handwerklichen Arbeit, der Kern unseres Tuns, beruht teilweise auf jahrhundertealten Erfahrungen in Arbeitstechniken und Verarbeitung.

Die Mitarbeiter sind darauf geschult, ihre persönliche Schutzausrüstung bei der Verrichtung ihrer Arbeit einzusetzen und die geltenden Vorschriften dabei zu beachten und diese umzusetzen. Regelmäßig finden Unterweisungen statt. Es gelten die jeweiligen Vorschriften des Arbeitsschutzes der Berufsgenossenschaft.

Da in unseren Bereichen (Stuckateur und Maler) körperliche Arbeit gefordert wird, ist wie im gesamten Handwerk die Frauenquote geringer als in anderen Berufszweigen. Es ist aber durchaus denkbar und auch das Ziel bei unserer Suche nach potenziellen Mitarbeitern, jedem Geschlecht gleiche Chancen einzuräumen und niemanden vor- bzw. zu benachteiligen.

Im Stuckateur Betrieb wurden in der Vergangenheit bereits Frauen ausgebildet, letztlich als Sprungbrett für den weiteren Lebenslauf, da die körperliche Anstrengung zu groß waren oder die körperlichen Voraussetzungen (Körpergröße) nicht ausreichten.

Zwei Mitarbeiter sind bereits seit über 25 Jahre in dem Betrieb. Es wurde im Berichtszeitraum ein neuer Mitarbeiter entlassen.

Seine Vorstellungen über die Ausführung seiner Tätigkeit überstiegen die gemeinsame Schnittmenge.

Durch immer neue Aufträge mit unterschiedlichen Aufgabenstellungen erfolgt eine ständige Weiterentwicklung der Fachkenntnisse bzw. auch im Umgang mit neuen Arbeitsprozessen und neuen Verarbeitungsbedingungen im Büro.

In dem Berichtszeitraum gab es Krankheitstage der Mitarbeiter.

Mitarbeiter 1: 4 Tage
Mitarbeiter 2: 61 Tage
Mitarbeiter 3: 4 Tage
Mitarbeiter 4: 1 Tag
Mitarbeiter 5: 16 Tage
Mitarbeiter 6: 25 Tage
Mitarbeiter 7: 15 Tage
Mitarbeiter 8: 1 Tag

Es gab keinen Betriebsunfall im Berichtszeitraum.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Das Thema der Gesundheitsförderung in unserem Unternehmen sollte bei einer der nächsten Mitarbeiterbesprechungen angesprochen werden.

In 2021 erfolgte die Erarbeitung eines Konzepts, das in 2022 umgesetzt werden sollte. Neben der Ist-Analyse ist abzufragen, ob das Interesse seitens der Mitarbeiter besteht, gesundheitsfördernde Impulse oder Maßnahmen anzubieten oder darauf Einfluss zu nehmen. In unserem "kleinen" Handwerksbetrieb, indem die Mitarbeiter den Großteil ihrer Arbeitszeit auf stetig wechselnden Baustellen sind und ihr Essen selbst mitbringen, scheinen Modelle wie Ruheräume, ergonomische Arbeitsplatzgestaltung etc. nicht zielführend. Interessant wäre es, Ideen auszutauschen, wie und ob man die Arbeit durch Maschinen, Digitalisierung (Kommunikation) usw. erleichtern kann.

1. Ist-Zustand analysieren
2. Ziele Definieren
3. Konkrete Gesundheitsmaßnahmen identifizieren
4. Umsetzung
5. Überprüfen der Maßnahmen

Die Mitarbeiter werden regelmäßig zum Thema Arbeitssicherheit im Unternehmen geschult. Die Arbeitgeber übernehmen dabei die Verantwortung. Im Arbeitsalltag übernehmen dann die Arbeitnehmer eigenverantwortlich aus Selbstinteresse die Verantwortung über die Arbeitssicherheit. Zuständige Berufsgenossenschaft ist die Bau BG.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Regelmäßige Mitarbeiterbesprechungen und mehr Mitspracherecht der Mitarbeiter wären wünschenswert. Es sollte in Zukunft mehr auf ihre Wünsche, Ideen und Bedürfnisse eingegangen werden. Wir arbeiten daran, den "Teamgedanken" zwischen Mitarbeitern und Geschäftsführern sowie zwischen den Bereichen Maler und Stuck zu verbessern. Die beiden Bereiche werden in Zukunft mehr zusammenwachsen, Arbeitsabläufe und Strukturen sollen vereinheitlicht und optimiert werden.

Wir werden momentan von einer Unternehmensberaterin begleitet, die mit uns unter anderem das Thema Mitarbeiterführung bearbeitet. Aus dieser Arbeit erhoffen wir uns neue Impulse und auch ein neues Konzept erarbeiten zu können, dass das faire und kollegiale Miteinander aufrechterhält und positiv auf die Mitarbeiter und auch potenzielle Bewerber wirkt.

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Bei unserer Betriebsgröße besteht eine gewisse Transparenz. Ein faires Miteinander und menschenwürdige Arbeitsbedingungen können seitens der Mitarbeiter bestätigt werden.

Wir halten uns mindestens an die Tarifverträge und den einschlägigen Bau Berufsgenossenschaftsvorschriften.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Das Thema wurde bereits bei einer aktuellen Mitarbeiterbesprechung zur Diskussion angeregt.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Mit einer Bezahlung nach dem Rahmentarifvertrag stellt das Unternehmen sicher, dass den Mitarbeitern ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht. Die Höhe der Löhne wird stetig neu zwischen Arbeitnehmerverbänden und Arbeitgebervertretern ausgehandelt und den Lebensumständen und Preisentwicklungen in Deutschland angepasst.

Das statistische Bundesamt gibt Daten heraus, die Kennzahlen für durchschnittliche Lebenshaltungskosten enthalten. Dies berücksichtigt Wohnen, Essen & Trinken, Kleidung, Gesundheit und Körperpflege, Mobilität, Freizeit und Kultur und Kommunikation. Bei der Berechnung werden immer repräsentative Güter und Preisindizes genutzt. Aufgrund der stark angestiegenen Inflation kann der Wert auch schwanken. Dazu kommen regionale Unterschiede. Hannover zählt in einem Ranking der zehn teuersten Städte, gemessen am Mietpreis, nicht dazu.

Die Lebenshaltungskosten in Deutschland betragen im Durchschnitt 2.623 € im Monat. Dies gilt für einen privaten Haushalt (mehrere Personen) und nicht für Einzelpersonen, es schließt Paare und Familien mit ein. Der Durchschnittslohn eines Stuckateurs lag im Berichtszeitraum bei 22 €/ Stunden Brutto. Dies entspricht einem Nettolohn ohne Zulagen von ca. 2.800 €. Damit ist gewährleistet, dass eine Bezahlung nach Rahmentarifvertrag die durchschnittlichen Lebenskosten auch bei Einzelverdiener deckt.

Auch der Verdienst eines Malers liegt bei uns über den tariflichen Vorgaben. Die Mitarbeiter erhalten betriebliche Zulagen wie Urlaub- und Weihnachtsgeld, Fahrtkosten-Zuschüsse, Arbeitskleidung usw.

Wichtig in diesem Zusammenhang ist auch, dass wir immer versuchen, vor der eigenen Haustür, also möglichst in und um Hannover zu arbeiten. Wir wollen es vermeiden in die Welt zu reisen. Das war nur in Ausnahmen bei besonderen Arbeiten (z.B. Niederlassung der Landesregierung Niedersachsen in Brüssel) gewollt, um unsere Dienstleistung auszuführen. Auch vermeiden wir lange

Anfahrtswege zur Arbeitsstelle. Wenn möglich, wird mit dem Rad zur Baustelle gefahren. Es soll dem Mitarbeiter und auch uns ermöglicht werden, unsere familiären und sozialen Kontakte zu halten und zu pflegen.

Es gibt in der Organisation keine Möglichkeit, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen. Die Arbeitszeiten werden momentan per Hand auf Stundenzetteln seitens der Mitarbeiter erfasst. Wir sind aber bereits aktuell in der Testphase für eine Digitalisierung der Arbeitszeiterfassung. Darüber hinaus bekommt der Mitarbeiter ein Werkzeug in die Hand, seine Arbeitszeit anhand von "Arbeitspaketen" und den damit zu erfüllenden Zeitaufwand selbst zu kontrollieren. Geschäftsführer und Mitarbeiter haben so ein Steuerungssystem in der Hand, das den wirtschaftlichen Erfolg fördert und die Motivation der Mitarbeiter steigern soll. Der Mitarbeiter kann direkt den Erfolg oder auch Misserfolg seiner Arbeit messen. Überstunden werden selten gemacht.

Wir haben uns bereits Gedanken darüber gemacht, wie man den Mitarbeitenden mehr Möglichkeiten zur gesellschaftlichen Teilhabe einräumen könnte. Es sollte in einer Diskussionsrunde gemeinsam mit den Mitarbeitern angesprochen und besprochen werden. Daraus resultierende Ideen können kanalisiert und mithilfe einer Unternehmensberaterin oder dergleichen realisiert werden. Bislang wird nur ein Arbeitsmodell auf Grundlage des Rahmentarifvertrages Bau angewendet. Individuelle Arbeitsmodelle sind möglich und werden nach vorheriger Absprache auch umgesetzt, so wie die Winter- und Sommerarbeitszeit laut Rahmentarifvertrag Bau.

Das Thema Work-Life-Balance ist noch in Arbeit und wird in weiteren Mitarbeitergesprächen vertieft.

Nach § 3 BRTV-Baugewerbe beträgt die wöchentliche Arbeitszeit durchschnittlich 40 Stunden. Sie ist weiter nach Sommerarbeitszeit (April bis November) mit wöchentlich 41 Stunden und Winterarbeitszeit (Dezember und Januar bis März) mit wöchentlich 38 Stunden differenziert.

Die Anzahl der Überstunden geht gegen null. Alle Arbeiten werden so geplant, dass Überstunden nur ausnahmsweise und im äußersten Notfall vorkommen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wie zuvor beschrieben, gibt es individuelle Arbeitszeitmodelle. So wird ein älterer Mitarbeiter in Zukunft in der Winterzeit seine Arbeitszeit auf eine 4-Tage-Woche beschränken. Damit wird auf seine gesundheitliche Situation individuell eingegangen. Von Oktober bis Ende März arbeitet er jeweils nur 4 Tage die Woche und hat freitags frei, um sich regenerieren zu können und seine Freizeit besser zu gestalten. Dies allerdings nicht mit vollem Lohn- und Urlaubsausgleich.

Das Arbeitszeitmodell ist noch nicht für alle Mitarbeiter vorgesehen, aber es bestehen durchaus positive Aspekte für eine Verkürzung der Arbeitszeit, um das

Unternehmen attraktiver darzustellen und die Arbeitseffektivität zu steigern. Auch mit vollem Lohnausgleich. Dies belegen bisher einige fundierte Studien, bspw. aus Schweden, in denen dies getestet und nun auch umgesetzt wird. Die Mitarbeiter bekommen die Arbeitszeit in diesen Modellen voll ausbezahlt. Auch in unserer Branche sehen wir das als Wettbewerbs- und Zufriedenheitsfaktor an.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die Möglichkeit einer Unterstützung der Life-Work-Balance seitens des Betriebes soll in einer der nächsten Mitarbeiterbesprechungen angesprochen und diskutiert werden. Daraus sollte sich im besten Fall eine Strategie entwickeln, die gemeinsam erarbeitet und umgesetzt werden kann. Dabei sollen Organisationsaufwand, Arbeitsabläufe und Kostenfaktoren ebenso in den Entwicklungsprozess miteinbezogen werden.

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Durch die Anwendung der Rahmentarifverträge wird gewährleistet das die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Die Mitarbeiter sind auf wechselnden Baustellen beschäftigt. Aus diesem Grund wird sich die Einflussnahme des Betriebes auf die Herkunft der verwendeten Lebensmittel auf Impulse beschränken. Mit einem betrieblichen Frühstück, welches ausschließlich frisches Obst und Gemüse aus regionaler Herkunft anbietet, soll das Thema an die Mitarbeiter herangetragen werden.

Die Umsetzung erfolgt in 2022.

Neben dem Ausbau des "papierlosen Büros" durch einen erhöhten Einsatz von IT-Lösungen wollen wir auf Recycling-Papier als Basispapier umstellen.

Bei der Kommunikation unserer Dienstleistungen setzen wir teilweise auf Printmedien. Diese wollen wir in Zukunft auch weiterhin von einer regionalen Druckerei umsetzen. Wichtig ist uns zudem, dass bei der Herstellung und bei dem Printprodukt darauf geachtet wird, wie umweltverträglich und nachhaltig die verwendeten Materialien sind. Alte Printmedien wie z.B. die Stuckateur-Broschüre, die über 10 Jahre alt ist, wird immer noch verschickt und nicht entsorgt. Flyer, bei denen noch das alte Logo zu finden ist, werden nicht in den Müll geworfen, sondern mit dem neuen Logo als Papieraufkleber überklebt. Zudem wird eine neue Präsentationsmappe entwickelt, in die alte Printmedien eingelegt werden.

Um zu den jeweiligen Arbeitsplätzen zu gelangen, werden sowohl PKW als auch Fahrräder genutzt. Da ein Auto mit Werkzeug benötigt wird, um die Arbeiten zu erledigen, ist der Transport von Werkzeug und Material mit dem Auto unerlässlich. Allerdings wird darauf geachtet, dass die Mitarbeiter nach Möglichkeit nicht mit mehreren Autos fahren, sondern gemeinsam in einem Auto zur Arbeitsstelle gelangen. Das neue Auto des Geschäftsführers ist ein Hybrid, der nach Möglichkeit nur mit Ökostrom aufgeladen wird. Mittel- und Langfristig soll die gesamte Fahrzeugflotte auf E-Mobilität umgestellt werden. Für die Geschäftsführer steht außerdem ein Lastenfahrrad für kurze Wege in Hannover zur Verfügung, was auch oft genutzt wird.

Mitarbeiter können den Firmenwagen auch nach Absprache privat nutzen, aus diesem Grund hat ein Mitarbeiter kein eigenes Auto mehr. Es wurde ein geschlossener, verschließbarer Kastenanhänger (als befüllbares Materialdepot vor Ort) gekauft, um Materialtransporte mit dem Auto weitestgehend einzuschränken.

Die Anreise zum Arbeitsplatz findet zu ca. 80% mit dem PKW, 20% mit dem Fahrrad statt. Dies kommt auf den Standort der Baustellen an.

Es gibt bei einem Mitarbeiter Skepsis gegenüber der neuen ökologischen Ausrichtung des Unternehmens. Das ökologische Betriebsangebot befindet sich zurzeit noch im Umbau. Das Interesse ist aber bei allen Mitarbeitern vorhanden. Was schon seit Jahren bei den Stuckateuren umgesetzt wurde, soll gemeinsam in den nächsten Monaten mit den neu dazugekommenen Malern angesprochen und umgesetzt werden. Inwiefern der Betrieb auf den persönlichen Bereich Einfluss nimmt, soll in den Gesprächen evaluiert werden.

Die Mitarbeiter sind mit dem sinnvollen Umgang mit Ressourcen und deren Entsorgung vertraut. Die Abläufe (z.B. Putze und Farben werden nur in der Menge angerührt, in der er gebraucht wird) sind allen Mitarbeitern bekannt und etabliert. Sinnvolles Einkaufen der Rohstoffe und Materialien sorgen für eine Verringerung der Abfallmenge. Für die Entsorgung stehen separate Mülltrennungseinheiten zur Verfügung. Das Wissen wird von älteren Mitarbeitern auf neue und jüngere Mitarbeiter weitergegeben. In den Jahren wurde viel ausprobiert, gelernt und optimiert, so dass wir nach vielen Jahren sagen können, wir sind offen für neue Ideen, greifen aber tagtäglich auf ein System zurück, das die Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen nahezu ausschließt.

Es ist eine Tatsache, dass die global verfügbaren Ressourcen endlich sind. Die Rohstoffe, die der Erde entnommen werden, sind endlich und sollten so lange wie möglich in einem hochwertigen Zustand behalten werden, um sie möglichst lange zu verwenden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In Zukunft stattfindende Treffen sollen das Ziel der Selbstreflektion haben und es soll konkrete Anstöße geben, den betrieblichen und privaten Gebrauch von Ressourcen zu optimieren. Wir setzen auf Selbsterkenntnis, Anreize und Vorbildfunktion. Umstellung von Einmal-Plastik-Artikeln beim Abklebe-Material hin zu Mehrwegartikeln, damit das Abdeckmaterial mehrmals genutzt werden kann.

In Zukunft wollen wir unseren Ressourcen schonenden Umgang mit unseren Baumaterialien noch mehr in den Vordergrund stellen. Mittlerweile ist der Einsatz traditioneller Baumaterialien und deren Verarbeitung (z.B. Leimfarbe) fast vollkommen ausgestorben in der Branche. In Gesprächen mit Kolleg/innen sind das Unwissen und die Skepsis gegenüber ökologischen Alternativen spürbar. Dies wird voraussichtlich noch wachsen, da die Generation der Handwerker, die noch eigene Rezepturen anmischen konnten und ein Grundwissen über die Herstellung, Verwendung und deren Inhaltsstoffe und Wirkung auf die Gesundheit hatten, in den Ruhestand geht.

Darin sehen wir einen Wettbewerbsvorteil, den wir gerne in die Öffentlichkeit tragen. Die Verbreitung des Bewusstseins der ökologischen Auswirkungen der Produkte der Industrie im Gegensatz traditioneller Baumaterialien und deren Aufklärung und Transparenz halten wir für sehr wichtig.

Aus diesem Grund beteiligen wir uns regelmäßig an Wettbewerben wie „Maler des Jahres“ oder dem Fassadenwettbewerb von Haus & Grund Hannover. Wir wollen nicht nur mit ungewöhnlichen Farbkonzepten und hervorragender Qualität bei der Ausführung punkten, sondern vor allem den ökologischen Aspekt der verwendeten Materialien in den Fokus rücken.

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Wir dulden kein unökologisches Verhalten. Die Geschäftsführer gehen mit gutem Beispiel voran.

So wird z.B. das Lastenfahrrad dem Auto vorgezogen, auch bei schlechtem Wetter und es gibt keine Einwegverpackungen für Frühstück und Mittagessen auf den Baustellen.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Die Geschäftsführer und die Mitarbeiterin im Büro können auf alle Daten wie Mails, Dokumentenablage etc. zugreifen. Die Mitarbeiter bekommen Arbeitsanweisungen

und projektrelevante Unterlagen auf Papier ausgehändigt. Dabei entscheiden die Geschäftsführer, welche Informationen den Mitarbeitern zugänglich gemacht werden.

Angaben zu Umsatz und Gewinn sowie zur finanziellen Betriebssituation werden nicht zugänglich gemacht. Allerdings erhalten die Mitarbeiter Planungsinformationen zur betrieblichen Auslastung. Denn diese Daten sind u.a. für Urlaubsplanungen der Mitarbeiter wichtig.

Mitarbeiter und Geschäftsführer stehen im stetigen Erfahrungsaustausch, um die relevanten Daten für alle zugänglich machen zu können. Dabei geht es in erster Linie um die Daten, die für die Ausführung der Arbeit wichtig sind. Um eigenverantwortlich agieren zu können, bekommen die Mitarbeiter die Infos gedruckt oder auf dem Tablett zur Verfügung.

An der Spitze des Unternehmens stehen die beiden Geschäftsführer Klaus Stuckert und Mike Schleupner. Führungskräfte gibt es in dem Sinne nicht. Alle Mitarbeiter stehen auf derselben Hierarchiestufe.

Mitarbeiter und Geschäftsführer stehen tagtäglich in engem Kontakt zueinander. Dabei ist der Mitwirkungsgrad der Mitarbeiter sehr hoch. Probleme oder Verbesserungsvorschläge werden direkt und ohne Umwege miteinander besprochen und auch gemeinsam umgesetzt. Die Unternehmenskultur lebt von einem regen Austausch und der Gemeinschaft aller im Betrieb beschäftigten Menschen.

Aufgrund der langen Betriebszugehörigkeit sind ein gutes Zusammenarbeiten und Transparenz vorhanden bzw. ablesbar.

Feedback der Mitarbeiter ist sehr wichtig. Gemeinsam müssen Lösungswege gefunden und in die Realität umgesetzt werden. Die Arbeitsgebiete von Projekt zu Projekt sind in großen Teilen immer unterschiedlich. Es hat sich gezeigt, dass es wünschenswert ist, neue Strukturen zu schaffen, bei denen die Mitarbeiter besser und aktueller informiert werden können (bzw. Mitarbeiter-Team in Microsoft Teams).

Das Zusammenspiel aller Mitarbeiter und der Teamgedanke ist für das Funktionieren unseres Betriebes von großer Bedeutung. Es kommt teilweise zu unterschiedlichen Meinungsverschiedenheiten, die aber stets das Ziel haben, das bestmögliche Ergebnis in Bezug auf Effektiv und Wirtschaftlichkeit für alle zu erzielen. Die Belange des Auftraggebers finden dabei stets Berücksichtigung und werden sowohl von Geschäftsführern wie auch Mitarbeitern sehr ernst genommen und sind Grundlage unseres Handelns.

Wesentliche Entscheidungen über z.B. Budgets oder langfristige Grundsatzentscheidungen über die Ausrichtung des Unternehmens liegen bei den Geschäftsführern. Mitarbeiter werden in Teilbereichen involviert, wenn es z.B. um

Einstellungen geht. Denn hier ist es wichtig, dass wir als Team gut funktionieren. Hier können sie konsensual mitbestimmen.

Transparenz kritische Daten	Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden (in %).	Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %).
Ca. 60%	0%	Ca. 50%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Einzelne Mitarbeiter können bereits über Microsoft Teams auf für sie relevante Daten zugreifen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In Zukunft soll allen Mitarbeitern ein Tablett mit der Software Microsoft Teams und Winworker (Handwerkersoftware) die Möglichkeit gegeben werden, auf Daten und Informationen, die alle oder auch sie selbst betreffen, zugreifen können. Über diese Plattform ist es auch möglich, Dokumente auszutauschen und zu kommunizieren. Ein Treffen aller Mitarbeiter mit der Begleitung durch eine Unternehmensberaterin ist in Planung. Dabei werden die Geschäftsführer Themen ansprechen, die die Struktur des Unternehmens und deren Veränderung und Entwicklung betreffen (bspw. GWÖ). Mitarbeiter sollen aktiv in den Prozess miteinbezogen werden. In einem gemeinsamen Austausch sollen Ideen erörtert und anschließend in die Realität umgesetzt werden. Die Transparenz und der faire Umgang mit schwierigen Entscheidungen werden durch diese regelmäßigen Treffen erhöht.

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Die Betriebsgröße ist zu klein für einen Betriebsrat.

D1 Ethische Kundenbeziehung

Neue Kunden kommen in der Regel durch Empfehlungsmarketing zu uns. Unseren Stammkunden liegt ein freundschaftliches, respektvolles und verantwortungsvolles Verhalten zu Grunde. Unsere Klientel kommt zum größten Teil aus dem Privatkundenbereich. Persönlichkeit und Flexibilität und ein wertschätzender Umgang wird dabei großgeschrieben. Stammkunden kommen meist aus dem Bereich Hannover und Region.

80% des Umsatzes erhalten wir von Kunden, die aufgrund einer guten Empfehlung zu uns kommen. Der verantwortungsvolle Umgang mit Kundenwünschen steht bei uns im Vordergrund. Bspw. haben wir uns dazu entschieden, bei der Verarbeitung unserer Innenwandfarbe nicht die Verarbeitung (rationelle Verarbeitung, Zeitersparnis für den Verarbeiter) zu fokussieren, sondern Material auszuwählen, welches für den Kunden und für die Umwelt den besten Nutzen erzielt. Dazu gehört bspw. die Verarbeitung von Farben und Putzen, die möglichst schadstoffbefreit sind und einen Zusatznutzen für den Kunden bringen (Alkalität schützt vor Schimmel, Entsorgung ist ökologisch unbedenklich, usw.). Wir empfangen die Kunden in der Regel in unseren Geschäftsräumen und geben ihnen einen umfassenden, greifbaren und persönlichen Überblick über das, was wir machen. Uns ist der direkte Kontakt zu unseren Kunden wichtig. Mit unseren beiden Ausstellungsräumen in der Südstadt (Stuckmanufaktur) und der Nordstadt (Farb Studio) besitzen wir ein Alleinstellungsmerkmal in Hannover. Die dort gezeigten Techniken, Oberflächen und Materialien sind über Jahrzehnte in ihrer Ausführung erprobt und haben sich bewährt.

Unsere Stuckmanufaktur sowie das Farb Studio sind ebenerdig und somit für gehbehinderte Menschen gut zu erreichen. Wir legen Wert darauf, dass unsere neue Website mit allen Informationen, die für das Jahr 2023 geplant ist, auch für sehbehinderte Menschen zugänglich ist. Von dem Webdesigner werden wir diese Themen ansprechen und nach Möglichkeiten suchen, um den Ansprüchen an eine barrierefreie Kommunikation gerecht zu werden.

Unsere erwähnten Ausstellungs-Muster lassen sich ertasten, und bei Bedarf machen wir auch gerne Geruchsproben mit natürlichen Materialien versus erdölbasierte Farben. Wir haben keine innovativen Lösungen zur Gestaltung menschenwürdiger Kommunikation und Barrierefreiheit. Aber wir handeln sorgsam, vertrauensvoll und respektieren die Privatsphäre unseres Gegenübers. Als konkrete Ethiklinie für die Kundengewinnung und -pflege sind für uns Respekt, Fairness und Transparenz wichtige Punkte. Wir haben auch gelernt, nein zu sagen, wenn Kunden und wir nicht wirklich zueinander passen. Auch das hat etwas mit Respekt zu tun.

Wir haben Autobeschriftungen, Prospekte, Gerüstplanen und Banner, die teils mehrjährig genutzt werden, und im Schnitt 2000 €/Jahr kosten.

Je nachdem welche Aufträge wir abarbeiten und ob eine Arbeit besonders wertvoll ist, werden zusätzliche Kosten generiert von ca. 1000 €. Dies umfasst z.B. Flyer über besondere Arbeiten.

In unserem Unternehmen sind keine Verkaufsmitarbeitenden mit einer umsatzabhängigen oder fixen Bezahlung angestellt. Der Verkauf erfolgt seitens der Geschäftsführer.

Zu unserer Kundengruppe gehören größtenteils Menschen, die über 50 Jahre alt sind. Diese Struktur entspricht unserer angebotenen Dienstleistung, ist an eine bestimmte Klientel gebunden und ist über Jahre gewachsen. Die Beauftragung der Sanierung und Renovierung historischer Bauten schließt sowohl gut situierte Käufergruppen, aber auch Hausgemeinschaften und auch den öffentlichen Bereich mit ein.

Wenn man von einem erschwerten Zugang zu unseren Produkten und Dienstleistungen sprechen kann, dann sind dies in erster Linie finanzielle Hürden. So traurig das klingt – wir können es uns nicht leisten auf Lohn- und Materialkosten zu verzichten im Sinne des Kunden zu verzichten.

Kundenkontakte entstehen durch

Empfehlungen (Pos. Referenzliste)	Netzwerk andere Handwerker	Besuch Homepage	Persönlicher Kontakt
80%	5%	5%	10%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir haben die Beschriftung der Autos aktualisiert, Baustellenschilder entworfen und aufgehängt, die Texte für Broschüren und Internetseiten angepasst und neue Farbmuster zum Sehen/Fühlen/Riechen erstellt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir haben bereits mehrfach unseren Fragebogen erwähnt. Den möchten wir in Zukunft auch zur Überprüfung und Verbesserung der Kundenkommunikation erweitern.

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Unsere Werbemaßnahmen durchlaufen bis zu ihrer Veröffentlichung mehrere Stationen. Durch die Zusammenarbeit von etablierten Textern, Grafikern, Fotografen und Designern, die wir alle persönlich kennen, werden unsere Werbemaßnahmen geprüft und auch unter ethischen Gesichtspunkten durchleuchtet und realisiert.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

Der Umgang mit Marktbegleitern hat sich über Jahrzehnte entwickelt. In einem für unsere Maßstäbe größerem Projekt wie z.B. die Sanierung einer historischen Fassade sind unterschiedliche Gewerke beteiligt. Dies reicht von den Reinigungsarbeiten, über Gerüstbauarbeiten und Metallarbeiten bis zu unserem Gewerken, den Stuck- und Malerarbeiten. Diese Gewerke arbeiten zum Teil Hand in Hand, wobei dahinter eine gute Struktur und Organisation stehen muss. Zum Großteil beschäftigen wir Nachunternehmer, mit denen wir seit Jahrzehnten fair und auf Augenhöhe zusammenarbeiten.

Auch mit Mitbewerbern pflegen wir einen guten Austausch und kooperieren freundschaftlich. Dazu gehört auch der Austausch von Mitarbeitern, sowohl von als auch zu uns, um Personalkapazitäten flexibel anzupassen. Man lernt automatisch voneinander, sowohl in der technischen Ausführung als auch im Führungsstil. Auch das sind wertvolle Erfahrungen sowohl für unsere Mitarbeiter als auch für die Mitarbeiter von anderen Unternehmen. So können wir z.B. auch zeigen, mit welchen ökologischen Materialien wir arbeiten und warum wir das tun. Unser ökologischer Ansatz wird automatisch an andere Betriebe solidarisch weitergegeben. Wir sind sowohl in der Stuckateur- sowie der Maler- und Lackiererinnung Mitglied und auch aktiv wie im Verband der Restauratoren im Handwerk und dem KrHtiv Netzwerk in Hannover. Überdies sind wir Austragungsstätte der Landesmeisterschaften der Stuckateure. Über diese Kanäle finden Veranstaltungen wie das jährliche Jungmeistertreffen statt, bei denen man sich besser kennenlernt, austauscht und auch Kooperationen schmiedet. Mit unserer Expertise im Bereich Farbgestaltung und Stuckarbeiten sind wir gern gesehene Projektpartner. Das Handwerk an sich lebt aus unserer Sicht von einem traditionell freundschaftlichen und kooperativen Umfeld. Als Mitgliedbetrieb der „Restauratoren im Handwerk“ haben wir an zwei Veranstaltungen teilgenommen (Tag des offenen Denkmals), um das traditionelle Handwerk gemeinsam zu präsentieren und unsere Werte in die Öffentlichkeit zu tragen.

Unsere Mitgliedschaften und Netzwerke sind vielfältig und branchenübergreifend. Hier geht es um das Weitergeben und Vermitteln von Wissen für beide Seiten. Wir lernen von Vorträgen, die nicht unbedingt etwas mit unserer Branche zu tun haben und können wiederum andere – auch Branchenfremde für unsere Philosophie und Werte begeistern. Auch dadurch erhöhen wir die Sichtbarkeit der Branche unter ökologischen, sozialen und qualitativen Standards.

Mit allen unseren wesentlichen Lieferanten Mega, Schlau, Himmler, Würth, Sto Beeck, Hessler, Farbrollen, Claytec, Tunc, etc. verfolgen wir das Ziel der partnerschaftlichen Förderung in einer persönlichen Zusammenarbeit. Dabei steht auch der Diskurs und Austausch über z.B. Produktverbesserungen im Vordergrund. In unserem Farb Studio im Weidendam arbeiten wir in einem über Jahre gewachsenen Netzwerk aus Handwerksbetrieben zusammen, die unsere Sichtweise teilen und mit denen man bereits erfolgreich zusammengearbeitet hat. In unserer Ausstellung finden sich große Ausstellungsstücke in Form von Musterplatten wieder. Damit unterstreichen wir den Netzwerkgedanken. Unterschiedliche Gewerke wie z.B. Fliesenleger Omerovic aus Hemmingen und Parkettleger Specht aus Hannover repräsentieren sich darauf bei uns mit einer Spezialität ihres Könnens.

Qualität, Zuverlässigkeit, die jeweiligen Erfahrungen aus vielen gemeinsamen Projekten innerhalb der Gewerke und Vertrauenswürdigkeit sind unsere Kriterien für die Auswahl von Lieferanten und Lieferantinnen. Unsere Beurteilung darüber stützt

sich im Wesentlichen darauf, dass man die jeweiligen Akteure persönlich kennt, und an vielen gemeinsamen Bauvorhaben gearbeitet hat. Dadurch ist ein hohes Maß an sozialer Kontrolle gegeben. Der Umgang mit Mitarbeitern und dass auch geltende Arbeitsvorschriften eingehalten werden, ist dabei gut zu beurteilen.

Als gemeinwohlorientiertes Unternehmen verstehen wir unsere Lieferanten und unsere (nachhaltig produzierenden) Marktbegleiter im solidarischen Prinzip.

a) Beispiele Lieferanten:

- Beeck'sche Farbwerke: Vorstellung ihrer Produktreihe bei dem Jungmeistertreffen 2022 unentgeltlich in unseren Räumlichkeiten. In Hannover existiert seit Jahrzehnten eine Jungmeistergruppe der Maler- und Lackiererinnung. Mike Schlepner ist seit 2009 dort Mitglied. Jährlich steht eine mehrtägige Fahrt zu einem Farbhersteller auf dem Programm sowie kleinere über das Jahr verteilte Treffen. Da während der Coronazeit keine Treffen stattfinden konnten, wuchs die Idee, ein kleines, lockeres Treffen in Hannover zu organisieren und durchzuführen. Unsere ansprechenden Räumlichkeiten im Weidendamms stellten wir dabei gerne unentgeltlich zur Verfügung. Neben der Vorstellung des Naturfarbenherstellers Beeck Farben und deren Philosophie und Produkte wurde in der anschließenden Gin-Verkostung untereinander diskutiert und ausgetauscht.

b) Beispiele Marktbegleiter:

- Einen Großteil unserer Projekte realisieren wir in Zusammenarbeit mit anderen Gewerken und auch Partnerfirmen aus unserem Bereich. Dabei konfrontieren wir diese gerne mit der Verwendung nachhaltiger Produkte als Alternative zu erdölbasierten Materialien der Industrie. Dies ist bei uns schon sehr verfestigt. Für viele Betriebe stellt dies aber „Neuland“ dar. Nachhaltige Alternativen, die kein Erdöl beinhalten, wurden weitestgehend von den Industrieprodukten verdrängt. Wir sehen es als unsere Aufgabe, dies noch mehr zu etablieren und auch unsere Partner davon zu überzeugen, verantwortungsvoll und auch sinnvoll im Sinne der Nachhaltigkeit zu agieren.

Zeit- / Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil)	Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional):	Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG:	Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge)
Ca. 30%	Max. 5%	Max. 1%	0%	0%	0%

Wenn eines unserer Partnerunternehmen in finanziellen Schwierigkeiten ist, dann möchten wir helfen, wenn wir es können. In Zukunft möchten wir uns einen Weg überlegen, Aufträge abzugeben, damit unsere Partner weiterhin am Markt bestehen bleiben können.

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards

1. Maler- und Lackiererinnung Hannover
2. Stuckateur Innung
3. Handwerkskammer
4. Berufsgenossenschaft Bau
5. KreHtiv Netzwerk Hannover
6. Restaurator im Handwerk
7. Baugewerbe Verband

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Wir führen und pflegen ein partnerschaftliches Verhältnis zu unseren Mitbewerbern und Partnerunternehmen. Geschäftsführer und auch Mitarbeiter kennen wir fast alle persönlich und stehen im stetigen Austausch untereinander. Wir sind ein kleines Unternehmen und bieten größtenteils eine Dienstleistung an, mit der wir in Hannover ein Alleinstellungsmerkmal besitzen (Stuckarbeiten und Farbgestaltung). Dabei arbeiten wir mit unserer Kompetenz bei größeren Bauvorhaben immer mit anderen Unternehmen sowohl aus der Branche, aber teilweise auch mit Mitbewerbern, zusammen. Bei einigen Bauvorhaben werden z.B. nur die Stuckarbeiten ausgeführt, die Malerarbeiten werden von anderen Malerbetrieben realisiert.

Das Bewusstsein unserer Beziehung ist davon geprägt, dass wir auf unterschiedliche Art alle an der Lösung der Sanierung und Rekonstruktion

historischer Gebäude und der Renovierung von Innenräumen arbeiten. Erfahrungs- und Wissensaustausch und ein „Hand-in-Hand-arbeiten“ ist Gegenstand und Ziel dieser Kontakte.

Es ist angedacht für die Arbeit mit Naturprodukten – allen voran Kalk – ein Experten-Netzwerk gründen, das sich als Forum versteht, die Verwendung der Naturmaterialien im Bau zu forcieren.

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Bei den von uns verwendeten Materialien legen wir größten Wert auf eine ökologisch unbedenkliche Herstellung und Verarbeitung. Im Vergleich sind wir mit unserer Fokussierung auf den Denkmalpflege- und Privatkundensektor gut aufgestellt. Unsere Überarbeitungs- und Sanierungsintervalle liegen zwischen 20 und 40 Jahren, es wird auf den bestehenden Materialien aufgebaut. Wir arbeiten oftmals an Kulturgütern, wo Erhaltung vor Kurzfristigkeit steht.

Bei der Verwendung von erdölbasierten Materialien liegen die Intervalle im Ermessen der Auftraggeber und können ähnlich lange Laufzeiten haben. Die Erfahrung zeigt aber, dass die Schäden ein wesentlich höheres Ausmaß annehmen, je länger nichts an den Gebäuden getan wird.

Ein weiterer Vorteil unserer Arbeit: unserer Ursprungsarbeiten müssen nicht kostspielig entsorgt werden. Das sieht bei der Verwendung von erdölbasierten Materialien anders aus. Es entsteht Sondermüll, der nicht unbedingt in seine Einzelteile zerlegt werden kann.

Durch die langen Renovierungsintervalle und die deutlich geringen Schäden werden erheblich Mehrkosten wie Entsorgungskosten, Abrisskosten, das Einbinden von zusätzlichen Baufachleuten wie Statiker, Schlosser, Zimmermann usw. eingespart. Auch das trägt zu einem besseren ökologischen Fußabdruck bei.

Der Umsatzanteil, den wir mit konventionellen, erdölbasierten Materialien im Verhältnis zu den mineralischen, traditionellen Materialien erwirtschaften, beträgt im Berichtszeitraum ca. 40:60 zu Gunsten der Nachhaltigkeit.

Die Anforderungen der Nutzung bei Neubauten ist eine andere. Dort stehen Zeit- und Kostenersparnis und ein großer Wettbewerbsdruck im Vordergrund. Der teure Faktor Lohnkosten treibt Unternehmen dazu, Materialien zu nutzen, die kurzlebig und oft auch in der Herstellung und Entsorgung umweltschädigend sind (z.B. Wärmedämmung mit Polystyrolplatten und kunstharzvergütete Farben und Putze). Die Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Handwerk basierten auf jahrhundertealte Traditionen und Arbeitsweisen. Unsere Arbeit verrichten wir zum Großteil an historischen Gebäuden. Die Wohngesundheit und die Ästhetik der von uns renovierten Fassaden und Innenräume erhalten oder steigern wir mit dem Einsatz traditioneller und natürlicher Baustoffe. Das Bauen hat sich über die Jahrhunderte

entwickelt und Techniken und Materialien haben ein hohes Maß an Funktionalität und auch Nachhaltigkeit bewiesen. Auf diese Grundsätze greifen wir zurück. Sie bilden das Fundament unseres unternehmerischen Denkens und Wirkens. Dies ist über die Jahrzehnte gewachsen. In einem Zusammenspiel von Ausprobieren und Lernen wurden Arbeitsweisen entwickelt, die sich bewährt haben in ihrer Effizienz. Größtenteils werden Materialien verwendet, die sich über die Jahrhunderte kaum verändert haben. Die Arbeitstechniken sind in ihrem Ursprung traditionell und werden, außer einiger Hilfsmittel wie z.B. Schleifgeräte, ausschließlich mit der Hand ausgeführt. Die traditionelle Verarbeitung der Stuckateure hat sich kaum geändert. Die effiziente Verarbeitung von Naturmaterialien der Maler passen wir gerade den Stuckateuren an. Das Wissen um die Verarbeitung und die Materialien wollen wir von Generation zu Generation weitergeben.

Das traditionelle Bauen ist ein Paradebeispiel für einen maßvollen und nachhaltigen Umgang mit dem Menschen und der Natur, welches sich über Jahrhunderte entwickelt hat. Auf unserer Internetseite und in unseren Printmedien weisen wir darauf hin, dass wir ein traditioneller Handwerksbetrieb sind, der Wert darauflegt, dies auch an weitere Generationen weiterzugeben. Wir überzeugen durch Qualität, den Einsatz althergebrachter Gestaltungstechniken und den Gebrauch von ökologischen Materialien wie Kalk, Lehm und Naturharzfarben.

Wir nutzen z.B. möglichst keine Zemente, sondern greifen auf Kalkprodukte zurück, die bei niedrigeren Temperaturen hergestellt werden und sich über Jahrhunderte bewährt haben. Dies stellt eine Energieeinsparung dar.

Den Einsatz von Verbundwerkstoffen (Wärmeverbundsysteme) bei unseren Arbeiten, die zukünftig schwer zu entsorgen sind, werden von uns nicht genutzt. Die von uns verwendete Steinwolle ist ein gutes Beispiel für einen sinnvollen und nachhaltigen Einsatz von Baumaterial. Aus Kostengründen und der leichteren Verarbeitung wird sehr oft Polystyrol eingesetzt. Da aus Brandschutzgründen das Polystyrol mit einem Polymer-Flammschutzmittel behandelt wird, gilt dieses bei der Entsorgung als Sondermüll. Über austretende Giftstoffe sind noch keine abschließenden und belastbaren Forschungsergebnisse bekannt. Bei Mineralwolle gibt es diese Probleme nicht.

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Uns ist keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen in unserem Unternehmen bekannt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

D4 Kund/innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Wir beraten unsere Kunden, gehen gerne auf deren Wünsche ein und lassen sie in unsere Auswahl der von uns verwendeten Materialien miteinfließen. Da die beiden

Geschäftsführer die Ansprechpartner für die Kunden sind, sind die Entscheidungsträger tagtäglich mit den Wünschen und Vorstellungen der Kunden konfrontiert. Dies hat unmittelbaren Einfluss auf die Struktur und Organisation der Mitarbeiter und der Projekte. Nach unserer Erfahrung gibt es unterschiedliche Arten von Kunden. In dem Marktsegment, in dem wir uns bewegen, ist ein hohes Bewusstsein seitens der Kunden über eine wertige und ökologisch unbedenkliche Verarbeitung zu spüren. Darüber hinaus wünschen sich diese Kunden eine kompetente Beratung was Vor- und Nachteile der Inhaltsstoffe, deren Herstellung und Verarbeitung angeht. Perspektivisch wächst die Anzahl der Kunden mit dem Bewusstsein eines nachhaltigen und ökologisch wertvollen Umgangs mit Natur und Ressourcen. Dennoch werden die Versprechen der Industrie mit dem Fokus auf Kostenersparnis und dem Ziel der Gewinnmaximierung von einem Teil der Kunden auch weiterhin in Zukunft positiv aufgenommen werden.

Wir sind stets offen für Impulse seitens der Kunden zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistung. Wir nehmen Anregungen und Ideen seitens der Kund/innen ernst.

Ein gemeinschaftliches, faires Miteinander und Ehrlichkeit sind ein Grundpfeiler unseres Unternehmens seit vielen Jahrzehnten. Das ökologische Denken und Handeln hat sich über die Jahre bei uns entwickelt und wird weiter ausgebaut. Für unsere Kundschaft ist unser ökologisch sinnvoller Gebrauch von Materialien ein Grund, uns für ihre Stuck- und Malerarbeiten anzufragen. Dadurch werden Ressourcen geschont, der Kunde wird weniger gesundheitsgefährdeten Stoffen ausgesetzt, profitiert von einem gesundem Wohnklima und hat zudem noch ein gutes Gewissen im Rahmen der Nachhaltigkeit.

Wir informieren den Kunden über unsere Lieferanten und präsentieren diese transparent bspw. in den sozialen Medien, im Mailanhang, Printmedien. Es ist unmöglich, alle Inhaltsstoffe von allen Herstellern zu listen, da die Rezepturen über eine lange Zeit entwickelt worden sind. Die meisten unserer genutzten Produkte können bei dem jeweiligen Hersteller zum Teil auch als Volldeklaration online auf den Homepages eingesehen werden (z.B. Hessler Putz, Kreidezeit, Beec Farb). Auf Wunsch listen wir alle Inhaltsstoffe in den Sicherheitsdatenblättern auf und händigen sie den Kund/innen aus.

Die Verbesserung von Produkt- oder Dienstleistung ist ein stetiger Prozess. Auch wir entwickeln uns immer weiter, lernen neue Hersteller und auch Verarbeitungsverfahren kennen und setzen sie innovativ in unserem Arbeitsalltag um. Den Anteil der von uns genutzten Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen schätzen wir auf ca. 90%.

Gerne informieren wir unsere Kunden transparent über unser Unternehmen und das, was wir tagtäglich leisten. Bei jedem Projekt werden projektspezifische Details individuell (Mitarbeiterereinsatz, Materialität, Organisation der Arbeiten, usw. mit dem Auftraggeber besprochen und abgestimmt.)

Auch bei der Preisgestaltung setzen wir auf Transparenz. Bei öffentlichen Ausschreibungen müssen wir sowie die komplette Kostenstruktur inkl. der Erklärung über Tarif-Treue über diverse Formblätter wie 124, 221, 223 usw. offenlegen. Diese Transparenz hinsichtlich der Preisbestandteile legen wir auch bei anderen Projekten offen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir stehen bereits vor Beginn der Arbeiten im stetigen Kontakt mit den Kunden. Es wird eine Analyse des Bauwerks entwickelt und dies offen und transparent mit dem Kunden besprochen und mithilfe von bspw. technischen Merkblättern, die seitens der Hersteller zur Verfügung gestellt werden, erläutert.

Unsere Dienstleistung wird größtenteils durch Kunden mit denkmalgeschützten Immobilien in Anspruch genommen. Bei modernen Gebäuden überzeugen wir unsere Kunden gerne, den nachhaltigen und ökologisch sinnvollen Einsatz von Materialien zu nutzen. Auch hier lehnen wir Industrieprodukte ab.

Im öffentlichen Sektor arbeiten wir auch in dem Bereich Denkmalschutz. Wir haben eine hohe Kompetenz aufgrund unserer 30-jährigen Erfahrung im Bereich der denkmalpflegerischen Arbeiten in Bezug auf Stuck und Farbe. Inhaltsstoffe und die Wirkung auf die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Kunden sind seit Jahren erprobt und für unbedenklich eingestuft. Die Materialien werden von uns mit Fotos und technischen Merkblättern dokumentiert und seitens des Denkmalpflegeamtes vorgeschlagen.

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Nach 30 Jahren am Markt gab es bislang keinerlei Reklamation in dem Bereich Gefahrenstoffe. Bei unserer überschaubaren Marktgröße hätten wir davon gehört und entsprechend reagiert.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Bei der Verwendung unserer Produkte achten wir streng auf die Vorgaben der Hersteller, was Verarbeitung und auch Entsorgung angeht. Wir legen Wert darauf, möglichst schadstoffarme Materialien oder Rohstoffe zu verarbeiten, bei denen wir nachvollziehbar den Ursprung und die Eigenschaften kennen. Bei den von uns verwendeten Produkten haben wir im Rahmen unserer Möglichkeiten versucht, eine größtmögliche Transparenz seitens der Hersteller zu erreichen, was Inhaltsstoffe und Gefährdung für Mensch und Umwelt angeht.

Unsere Indikatoren sind langjährige Arbeits- und Kundenverhältnisse sowie die öffentliche Sichtbarkeit und Dokumentation unsere Arbeiten. So können z.B. unsere Fassaden über Jahre und Jahrzehnte begutachtet werden. Sie sind Teil der Stadtgeschichte und prägen ganze Stadtteile. Wir tragen mit unserer Arbeit zum Erhalt historischer Baukunst bei. Der Kunde bezahlt und die Gesellschaft kann sich daran erfreuen.

Auf die Frage, welche gesellschaftlichen und ökologischen Probleme durch unsere Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert werden, können wir kurz und knapp antworten: Wir wünschen uns in unserem Handwerk ein Auskommen ohne Kunststoffe und keine Produktion von Sondermüll. Mehr dazu im Einzelnen in den kommenden Ausführungen.

Denkmalschutz (Altes erhalten, konservieren und rekonstruieren)

Das Kerngeschäft unserer Arbeiten findet an Fassaden und Innenräumen statt. Der Werterhalt unter denkmalpflegerischen Aspekten ist die Basis unserer handwerklichen Arbeit. Leben und Wohnen gehört zusammen und sind ein menschliches Grundbedürfnis. Es existieren viele historische Bauwerke in Deutschland die erhaltenswert sind, aber auch einen großen Teil des Wohnbedarfs abdecken. Gebäude und Wohnungen sind feste, unverrückbare Behausungen. Eine solche Wohnung dient dem Schutz vor der Witterung, der Sicherheit, der Zubereitung und Lagerung von Nahrung, der Körperpflege, aber auch dem eigenen Gestaltungsspielraum und der Repräsentation. Es ist angebracht, das Wohnen unter den genannten Aspekten als ein menschliches Grundbedürfnis darzustellen. Gesundheit und Identifikation der darin wohnenden Menschen stehen dabei im Vordergrund. Die Auswahl der Produkte in unserem Berufszweig ist sehr wichtig, weil sie unmittelbarem Einfluss auf die Gesundheit der Menschen haben.

Gestaltung:

Konzeptionelle Gestaltung anhand von Gestaltungskonzepten im historischen und modernen Kontext. Dies dient zur Steigerung des Wohlbefindens und zur Identität. Die Charakteristik von Fassaden und Räumen wird unter ästhetischen Gesichtspunkten individuell konzipiert und realisiert. Die Gestaltung der menschengemachten Umwelt, besonders die Gestaltung von Innenräumen beeinflusst die Psyche des Menschen und hat direkten Einfluss auf Orientierung und Gesundheit. Bei der Ausgestaltung von Innenräumen geht die Gestaltung mit Stuck eine Symbiose mit Oberfläche und Farbton ein. Stuck verändert die Proportion eines Raumes in Zusammenspiel von Oberfläche und Farbe. Unterschiedliche Oberflächen von glatt und rau und von dezent bis stark farbig haben unterschiedliche Wirkungen auf die Wahrnehmung des Menschen. Sie können stimulierend als auch beruhigende Wirkung haben.

Unsere Dienstleistung, das traditionelle Handwerk, hat Bestand und ist ein fester Teil der Integrität und Kultur in Deutschland. Wir sind mit unserer Arbeit fast ausschließlich in der Denkmalpflege vertreten. Wir verwenden Rohstoffe, die wir miteinander vermengen, vermischen oder verbinden und stellen neue Materialien (z.B. Sand und Kalk Kalkmörtel oder Leim Methylcellulose mit Kreide) her. Die verwendeten Materialien werden oftmals durch günstige Alternativen z.B. erdöhlhaltige Dispersionsfarben und Lacke ersetzt. Bei unserer Arbeit steht allerdings die materialgerechte Rekonstruktion der vorgefundenen Bausubstanz im Vordergrund. Daher sind wir in der Wahl unserer eingesetzten Materialien eingeschränkt und orientieren uns an Rohstoffen, die wir im Konsens mit der Denkmalpflegebehörde vorfinden.

Wir erhalten und konservieren Bausubstanz auch mit dem Grundgedanken, um nachfolgende Generationen einen Einblick in die Vergangenheit von Bauwerken und unserer Kultur geben zu können. In dieser von Menschen geschaffenen Umwelt steckt ein großer Teil unserer Identität und die Erfahrung zahlreicher vergangener Generationen. Mit unserem Handeln stellen wir uns gegen die Vormachtstellung der Industrie, die den Fokus auf Kurzlebigkeit, Wirtschaftlichkeit und rationelle Verarbeitung legt. Der Handwerker wird immer mehr zu einem Verarbeiter der Industrie und verliert vollkommen die Beziehung zu einem sinnvollen und werthaltigen Umgang mit Bausubstanz und Materialien.

Mit unserem Fokus auf nachwachsende und natürliche Rohstoffe, die in der Natur verfügbar sind, erhalten wir historische Bausubstanz und deren kulturellen Wert für die Gesellschaft. Die jetzige jüngere Generation ist mit den historischen Materialien und der traditionellen Bauweise nicht mehr in Berührung gekommen. Dies wollen wir mit unserer Arbeit für kommende Generationen bewahren. Zudem übernehmen wir gesellschaftliche Verantwortung bei der gewissenhaften Nutzung von Naturbaustoffen und deren Verarbeitung.

Die Nutzung erdölbasierter, endlicher Beschichtungsstoffe ist in den letzten 60 Jahren auf ca. 90% gestiegen. Dies ist eine bedenkliche Entwicklung, die wir so nicht unterstützen möchten.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

In den vorherigen Punkten haben wir umfangreich beschrieben, dass wir auf ein vertrauensvolles und transparentes Miteinander bei unseren Partnern setzen. Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen sind uns weder bekannt noch für uns akzeptabel. Sollten wir davon Kenntnis erhalten, müssen wir handeln und Abhilfe schaffen.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Wir haben alle Mitarbeiter in einer sozialversicherten, zeitlich nicht begrenzten Anstellung. Subventionen erhalten wir nicht und auch steuerlich sind wir nicht begünstigt. Wir leisten die gesetzlich festgelegten Ertragssteuern. Als lokal produzierendes Unternehmen fallen unsere Steuern der Gemeinde zu, in wir tätig sind.

Wir haben einen Standort und sehen unseren Steuersatz als den monetären Beitrag unserer gesellschaftlichen Verantwortung. Durch die Transparenz zu unseren Inhabern, Mitarbeitern und Kunden treten wir der Korruption und negativem Lobbyismus entgegen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Gemeinwesen heißt bei uns vor allen Dingen, dass wir regional arbeiten und in der Region Hannover zu Hause sind. Wir stellen jedes Jahr mind. 1% unseres Umsatzes gemeinnützigen Organisationen als Spende zur Verfügung, die regional und auch international am Gemeinwohl arbeiten. Dazu zählen Ärzte ohne Grenzen, Plan, Asphalt, 1 Dollar Brille, etc. Wir fördern aber auch den lokalen Sport und die Feuerwehr vor Ort. Und das machen wir nicht nur im Berichtszeitraum, sondern bereits seit Jahrzehnten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Unseren Beitrag zum Gemeinwesen neben unserem monetären Engagement auch zeitlich und persönlich zielgerichtet zu unterstützen. In einem nächsten Mitarbeitergespräch soll die Idee, ein Projekt pro Jahr zu initiieren und zu organisieren, angesprochen werden. Es wäre denkbar, den verantwortungsvollen Umgang mit traditionellen Baumaterialien einem jüngeren Publikum (Schule, Kindergarten) näher zu bringen.

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dient oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entzieht.

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offenlegt.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Wir arbeiten rein handwerklich oder mit den üblichen Werkzeugen mit Stromverbrauch im Sinne der Suffizienz. Abwasser entsteht bei der allgemein üblichen Reinigungsarbeit von Pinseln und Farbrollen. Sie werden effizient und den Vorschriften entsprechend in einer Waschanlage in den Werkstätten gereinigt. Dies geschieht anhand einer elektrisch betriebenen Waschanlage und ist schneller als das Waschen mit der Hand. Dadurch sparen wir Wasser. Durch ein Abscheidebecken, dass die Farbe von dem Wasser trennt, arbeiten wir umweltschonend.

Zur Reduzierung des Stromverbrauches haben wir bereits teilweise Glühbirnen auf LED-Basis umgestellt.

Bei der Bestellung von Materialien sind wir darauf bedacht den Verbrauch im Vorfeld genau zu berechnen, damit kein überschüssiges Material in der Entsorgung landet. Wir arbeiten möglichst mit Rohstoffen (Sand, Kalk, Kies, Gips, Lehm...), bspw. wird Lehmfüller benutzt, der in Pulverform lange haltbar ist. Die Menge, die gerade benötigt wird, wird mit Wasser angerührt und verarbeitet. Das vermeidet es, Ressourcen zu verschwenden. Verfallsbedingte Zusätze versuchen wir weitestgehend zu vermeiden. Mülltrennung von Baustoffen wird seit Jahren durchgeführt und von einem zertifizierten Entsorgungsbetrieb restentsorgt. Für Fahrten in der Stadt Hannover besitzen wir ein betriebliches E-Lastenfahrrad. Bei dem Abbeizen von Fassaden werden zertifizierte Entsorgungsnachweise der genutzten Materialien nach den kommunalen Vorschriften erstellt.

Es werden keine Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) erhoben und veröffentlicht.

Als Suffizienz orientierter Betrieb haben wir einen sehr geringen Verbrauch an Wasser, Strom und Energie (siehe Stromverbrauch). Die Kosten kann man mit einer eigengenutzten Wohnimmobilie vergleichen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im Rahmen einer noch zu erstellenden internen Klimabilanz wollen wir unseren Energiebedarf in Zukunft überprüfen und über Alternativen und Innovationen nachdenken, um sie in einem gewissen Zeitrahmen anzupassen und zu verbessern.

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Als Handwerksbetrieb sind wir verpflichtet, gewisse Standards nach den Entsorgungsrichtlinien der Stadt Hannover bei der Entsorgung und dem Umgang mit Material und Umwelt einzuhalten. Anfallende Materialreste werden getrennt nach

Papier, recyclebare Materialien, Bauschutt und Restmüll. Die Mitarbeiter sind in dem Prozess der Verarbeitung bis hin zur Entsorgung eingebunden. Farb- und Lackreste werden gesammelt und dem Sondermüll zugefügt. Die zu entsorgenden Materialien verbleiben nicht auf den Baustellen. Die Mitarbeiter nehmen sie nach Abschluss der Arbeiten mit und entsorgen sie fachgerecht und im Sinne der Mülltrennung in der Werkstatt.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Anhand von Social-Media und unseren Homepages können sich Interessierte über Projekte und Aktuelles informieren und einen transparenten Einblick in unser Unternehmen verschaffen.

Mit Bürger/innen sind wir bislang nicht in den Dialog getreten, die legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten. Dieses Thema kam bei uns bis dato noch nicht auf. Würde es auftreten, würde es von uns positiv und proaktiv behandelt werden. Dementsprechend wurden keine Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, die in die Entscheidungsfindung einfließen könnten.

Mit der Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichtes wollen wir proaktiv in den Dialog treten mit der Öffentlichkeit und auch darauf hinweisen, dass wir uns über das Gemeinwohl nicht nur Gedanken machen, sondern es konsequent umsetzen möchten.

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Die Verbreitung von Informationen über unser Unternehmen findet transparent und in Einklang mit unserer Firmenphilosophie statt. Grundwerte eines menschenwürdigen Umgangs mit den Mitarbeitern und ein sinnvoller und nachhaltiger Umgang mit Materialien und der Transparenz gegenüber unseren Kunden steht im Vordergrund. Wir erstellen keine regelmäßigen Publikationen oder Geschäftsberichte, weil dies unsere personellen Möglichkeiten übersteigen würde. Wir sind offen für Gespräche und externe Anregungen. Es können legitime Forderungen oder Kritikpunkte an die Mitarbeiter und die Geschäftsführung herangetragen werden. Gerne prüfen wir dies seriös und versuchen uns dadurch stetig zu verbessern. Gute Ideen und nachhaltige Verbesserungsvorschläge von extern nehmen wir gerne an und versuchen diese sinnvoll umzusetzen.

Kurzfristige Ziele

Von unserem Tun berichten.

Da es sich hierbei um unsere erste Bilanz handelt, stand dabei ganz klar im Vordergrund, die Methodik kennenzulernen und einen ersten Status zu erheben. Relevante Prozesse sollen und sollten bei der Erstellung dieser Bilanz unter den Geschäftsführern und gemeinsam mit den Mitarbeitern diskutiert werden, um Verbesserungspotentiale zu erheben.

Erste Schritte sind:

Im Bereich der Büroorganisation Materialbeschaffung mehr nachhaltige Unternehmen einbinden wie z.B. Memo, Augsburgs Pinselwerk oder Rollenhersteller Tunc. Im Finanzwesen Umstellung auf Gemeinwohl orientierte Banken wie z.B. GLS- oder Umweltbank, Digitalisierung der Betriebsabläufe im Betrieb und mit den Mitarbeitern.

Konsequentes Einbinden von Naturfarbherstellern wie z.B. Beeck*sche Farbenwerke. Wir möchten unsere Materialien und Werkzeuge ausschließlich von Herstellern beziehen, bei denen wir uns persönlich davon überzeugen konnten, dass sie unter menschenwürdigen Umständen produzieren und die Natur nicht nachhaltig schädigen. Da wir den direkten und stetigen Austausch mit ihnen pflegen, möchten wir sie dazu animieren, mit uns in einen Gedankenaustausch einzutreten. Der sinnvolle und nachhaltige Umgang mit Natur und Ressourcen, wie es bei der Gemeinwohl-Ökonomie fokussiert wird, steht dabei im Vordergrund.

Menschen und Betriebe sollen für die Gemeinwohl-Ökonomie sensibilisiert werden. Seminartermine mit den Mitarbeitern und einer Beraterin für Gemeinwohl sind geplant und sollen im nächsten Jahr konkret umgesetzt werden. Dabei liegt das Augenmerk darauf, die Mitarbeiter für die Gemeinwohl Bewegung zu begeistern und mit ihnen gemeinsam neue Ideen und Veränderungen zu gestalten und umzusetzen.

Langfristige Ziele

Von unseren gemachten Erfahrungen berichten. Die Idee der Gemeinwohl-Ökonomie immer stärker und fokussierter in das Unternehmen einbringen, mit Mitarbeitern, Partnern und Kunden bzw. Auftraggebern intensiv diskutieren und gemeinsam, konsequent entwickeln, umsetzen und in unserer Umgebung sichtbar und zugänglicher machen.

Weitestgehende Lösung von industriellen Produktionslinien, weiterentwickeln von handwerklicher, traditioneller Arbeitsweise hin zu mehr regionalen Produzenten und Lieferanten.

Wir planen ein Seminarprogramm (Theorie und Praxis) für eine möglichst manuelle, analoge Arbeitsweise (Putze, Putzstrukturen, Farben, Farbempfindungen usw.) mit natürlichen und regionalen Rohstoffen mit Denkmalpflegern, Handwerkern und Privatkunden.

Übergabe der gewachsenen Wissensstrukturen an jüngere Mitarbeiter und Geschäftsführer.

Stärke Einbindung und Eigenverantwortung der Mitarbeiter in die Arbeitsprozesse. Selbstbestimmtes Zusammenarbeiten fördern und unterstützen.

Mehr mit Gemeinwohl orientierten Betrieben in der näheren Umgebung zusammenarbeiten, bzw. Betriebe bei der Umsetzung unterstützen.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Als Berater waren Frau Claudia Schelp und Herr Gerd Lauermann an der Erstellung beteiligt und wir.

Es wurden ca. 430 Personen-Arbeitsstunden dafür aufgewendet.

Das Thema Gemeinwohl-Bilanz wurde bereits intern angesprochen und wird in einem der nächsten Mitarbeitertreffen erörtert, den Mitarbeitern ausgehändigt und gemeinsam vertieft.

Datum: Juni 2023

Mike Schlepner und Klaus Stuckert



STUCK & FARB
C O M P A N Y

erhalten und gestalten