

# GWÖ-Bericht 2018/2019

**deVega**

# Inhaltsverzeichnis

---

Allgemeine Informationen zum Unternehmen	2
Kurzpräsentation des Unternehmens	2
Produkte / Dienstleistungen	3
Das Unternehmen und Gemeinwohl	3
A1 Menschenwürde in der Lieferkette	5
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette	7
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette	9
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette	11
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	12
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	14
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	15
B4 Eigentum und Mitentscheidung	17
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	18
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	20
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	23
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	25
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	27
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	29
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	31
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	33
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	35
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	37
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	39
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	41
Verbesserungspotenziale & Ziele	42
Ausblick	43
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	44

## Allgemeine Informationen zum Unternehmen

---

Firmenname	deVega Medien
Rechtsform	GmbH
Website	<a href="http://www.deVega.de">www.deVega.de</a> <a href="http://www.deVega-Präsentationsmappen.de">www.deVega-Präsentationsmappen.de</a>
Branche	Druck
Firmensitz	Anwaltingerstraße 10, 86165 Augsburg
Gesamtzahl der Mitarbeitenden	40
Gründungsjahr	2009 (vorher Eisele Druck 1945 & Eitzenberger Media Druck Logistik 1985)
Umsatz (2019)	4.632.324,00 €
Jahresüberschuss (2019)	60.000 €
Berichtszeitraum	2018/2019

## Kurzpräsentation des Unternehmens

---

Die deVega Medien GmbH ist ein überregional tätiger Druckdienstleister mit Sitz in Augsburg. Wir haben uns auf Druckprodukte für mehr Aufmerksamkeit und intelligente Services vor und nach dem Druck spezialisiert. Ein engagiertes Team sorgt auch bei kurzfristigen Terminen für ein exaktes Ergebnis und Erlebnis mit Print. Unsere Kunden kommen unter anderem aus der Design- und Marketing-Branche, Industrie, Handel sowie Non Profit Organisationen. Sie alle erhalten mit deVega einen verantwortungsvollen Partner für einzelne Druckprodukte bis hin zu zusammenhängenden Leistungen inklusive Versand.

### Nachhaltigkeit und Qualitätssicherung

---

mineralölfreie Druckfarben  
CO2-freie Stromerzeugung  
PSO - Prozess Standard Offsetdruck nach ISO 12647-2  
FSC® - und PEFC-Zertifizierung  
DIN ISO 9001: 2015 – zertifiziertes Managementsystem  
Klimaneutrale Druckprodukte

## Produkte / Dienstleistungen

---

Unser Unternehmen fertigt umweltfreundlich gedruckte Publikationen wie Broschüren, Kataloge und Bücher, Präsentationsmappen, Geschäftsausstattung, Werbedrucksachen und individuelle Spezialprodukte wie Verpackungen. Unser Angebot geht über den Druck hinaus mit Services rund um die Logistik mit Versand, Lagerung, Fulfillment und digitale Workflow-Lösungen wie Web-to-Print.

<b>Produkte &amp; ihr Anteil am Umsatz</b>	
Publikationen wie Broschüren, Bücher, Kataloge, Geschäftsberichte, Brand-Books,	30 %
Präsentationsmappen	20 %
Werbedrucksachen	15 %
Geschäftsausstattung	15 %
Spezialprodukte/Verpackung	10 %
<b>Dienstleistungen</b>	
Versandlager, Konfektion, Logistik	10%
Mailing und Lettershop	
Web-to-Print	

## Das Unternehmen und Gemeinwohl

---

Wir bei deVega beschäftigen uns schon seit Unternehmensgründung mit nachhaltigeren Produktions- und Wirtschaftsweisen. Mit unser QM-System nach ISO 900 stehen immer der Mensch, Ressourcen und die Kundenzufriedenheit im Zentrum unseres Handelns.

Die Gemeinwohl-Bilanzierung wollen wir nutzen, um uns mit System und Konsequenz für solidarisches und nachhaltiges Wirtschaften zu positionieren. Außerdem wollen wir zeigen, dass wir uns der Bedeutung der öffentlichen Berichterstattung bewusst sind und diese Verantwortung annehmen.

Udo Eitzenberger  
Geschäftsführender Gesellschafter  
+49 (0)821 50 211-36  
eitzenberger@devega.de

# Testat



**Zertifikat:** Peerevaluation **Gemeinwohl-Bilanz** **deVega Medien GmbH**  
**M5.0 Vollbilanz** **2018/2019** **PG-Augsburg-2020-01**  
**Begleiter\*in** **Jörn Wiedemann** **Beteiligte Peergruppen Firmen**  
 Degree Clothing GmbH  
 Willert Holding GmbH

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
<b>Berührungsgruppe</b>				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 30 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 20 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 50 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 40 %
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 20 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 60 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 10 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
<b>C: MITARBEITENDE</b>	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 20 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 20 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 20 %
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 40 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 40 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 20 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 20 %
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 10 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 20 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 20 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 10 %

Zertifikat gültig bis:  
**31.10.2023**

**BILANZSUMME:**  
**256**

Mit diesem Zertifikat wird das Peergroup-Ergebnis des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: **ojnw4**  
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Verfahren der Peerevaluation finden Sie auf [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)

# A1 Menschenwürde in der Lieferkette

---

## A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Lieferkette

Unser Material- und Fremdleistungsanteil beträgt 40% unserer Gesamtleistung und lässt sich in die folgenden Bereiche kategorisieren:

	<b>Einkaufsvolumen [€]</b>	<b>Anteil am Material- und Fremdleistungsanteil in %</b>
<b>Druckplatten</b>	79.755,02 €	7,4%
<b>Bedruckstoffe</b>	959.218,20 € *	89,4%
<b>Druckchemie</b>	34.531,65 €	3,2%
<b>Summe</b>	1.073.504,87 €	100 %

\* Hierbei musste der Geldwert des Einkaufsvolumens zweier Lieferant\*innen abgeschätzt werden

Unser nach DIN EN ISO 9001:2015 zertifizierten Qualitätsmanagements (QM) definiert unsere Orientierung zur Auswahl und Bewertung von Lieferant\*innen. Die Auswahl erfolgt nach Bedarf, Qualität, Zuverlässigkeit und angebotenen Konditionen. Die Bewertung erfolgt jährlich und bei Abweichungen treten wir in einen kollegialen Austausch.

### Soziale Risiken in der Lieferkette

Wir achten auf Partner mit einem ehrlichen Selbstverständnis und einer uns kompatiblen Unternehmensphilosophie. Nach unseren Kenntnissen halten sie alle die EU-Richtlinien zu Menschenrechten und sozialer Verantwortung ein. Ein wertschätzender Umgang ist für uns selbstverständlich und uns sind keine Abweichungen unserer Partnern bekannt.

### Verstöße gegen die Menschenwürde und faire Arbeitsbedingungen

In der Bewertung unserer Papierlieferant\*innen spielen Zertifikate eine wichtige Rolle. Diese können zertifizierte Qualitäts- und Managementsysteme vorweisen und bieten ihrerseits zertifizierte Produkte an. So können wir faire Arbeitsbedingungen, die Einhaltung des Arbeitsschutzrechts und den Gesundheitsschutz der Mitarbeitenden voraussetzen. Ein Beispiel für den gelebten Standard der modernen Papierproduzenten ist UPM (nach ISO 45001 zertifiziertes Managementsystem).

## Zertifikate zugekaufter Produkte und Dienstleistungen



Über 75% unserer Papiere sind mit Zertifizierungen von FSC® und PEFC versehen, welche eine nachhaltige Forstwirtschaft garantieren.

CO<sub>2</sub>-Zertifikate erwerben wir über ClimatePartner deren Klimaschutzprojekte Gold Standard oder Verified Carbon Standard zertifiziert sind.

Unsere Entsorger können alle gültige Entsorgungs-Zertifikate nachweisen.

**Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden**

~ 80 % (20 % Unkenntnis)

**Selbsteinschätzung: Fortgeschritten - 3**

**Fremdeinschätzung: Fortgeschritten - 3**

### Ethisches Risiko zugekaufter Produkte

Wir lehnen den Bezug ethisch riskanter Produkte ab und schätzen unseren Einkauf als unbedenklich ein.

**Anteil der Produkte, die ethisch riskant sind**

0 %

**Selbsteinschätzung: Basislinie 0**

**Fremdeinschätzung: Basislinie 0**

## A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette

---

### A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant\*innen

Faire Geschäftsbeziehungen rund um ein partnerschaftliches Verhältnis und Begegnungen auf Augenhöhe sind uns sehr wichtig. Die Kostenermittlung und Angebotspreise erfolgen von Seiten unserer Lieferant\*innen, wir nehmen keinen Einfluss. Nach Auftragsannahme begleichen wir unsere Rechnungen fristgerecht. Über diese Abläufe wurden bislang beidseitig keine Beschwerden hervorgebracht.

- Durchführung einer Lieferanten-Befragung im Jahr 2021

#### Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant\*innen

~ 20 Jahre

#### Geschätztes Verhältnis der Wertschöpfungsanteile zw. Unternehmen und Lieferant\*innen

Fremdkostenanteil: ~ 12%

**Selbsteinschätzung: Fortgeschritten - 2**

**Fremdeinschätzung: Fortgeschritten - 2**

### A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Lieferkette

Wir arbeiten ausschließlich mit Lieferant\*innen innerhalb des EU-Raums zusammen. Als klein- bis mittelständisches Unternehmen mit entsprechendem Auftragsvolumen wirken wir nicht auf Konzerne wie die der Papierproduktion ein. Höchste Standards gehören zu deren Eigeninteresse und sind gelebte Praxis.

#### Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt

~ 80 %

#### Anteil der Lieferant\*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

~ 80 %

**Selbsteinschätzung: Erste Schritte - 1**

**Fremdeinschätzung: Erste Schritte - 1**

### A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant\*innen

In unserer Position als klein- bis mittelständiges Unternehmen sind wir nicht in der Lage Marktmacht auf unsere Lieferant\*innen auszuüben.

**Selbsteinschätzung: Basislinie - 0**

**Fremdeinschätzung: Basislinie - 0**



# A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette

## A3.1 Umweltauswirkungen in der Lieferkette

### Energie, Material und Technologien in der Produktion

Wir haben die in unserer Produktion eingesetzten Ressourcen in 5 Kategorien unterteilt:

1. **Bedruckstoffe:** Papier
2. **Druckmaterialien:** Druckplatten, Druckfarben, Drucklack, Drucktücher
3. **Verpackungs- und Produktionsmaterialien**
4. **Werkzeuge:** Stanz-, Präg- und Schneidmaschinen
5. **Energie:** Strom-, Gas- und Wasserbezug von den Stadtwerken Augsburg (SWA)

Die SWA zeichnen sich durch die Erzeugung von Ökostrom durch Wasserkraft aus. Wir betreiben eine Photovoltaik-Anlage auf unserem Firmendach und beteiligen uns an einer Windkraftanlage. So speisen wir mehr Ökostrom ins Stromnetz ein als wir selbst verbrauchen.

### Umweltauswirkungen der Lieferkette und ökologische Auswahlkriterien

Qualität und zuverlässige Performance sind die wichtigsten Auswahlkriterien für unsere Materialien und Dienstleistungen. Über diese hinaus wollen wir die Belastung der Umwelt durch unsere Prozesse so gering wie möglich halten. Bei Möglichkeit wählen wir zertifizierte Produkte, kurze Transportwege und ökologisch höherwertige Alternativen.

Produkt/Dienstleistung	Anteil höherwertiger Alternativen
Papier	Anteil FSC®-Papier und PEFC-Papier: ~ 80 % Anteil Recyclingpapier: ~ 3 %
Druckfarbe	Anteil mineralölfreie Farbe und Öko-Farbe: ~ 80%

- Einkaufanteil von Recyclingpapier erhöhen
  - Standardmäßige Ausweisung von alternativer Umsetzung mit Recyclingpapier auf jedem unserer Angebote
  - Erklärende Publikation „Warum“ für Kunden
- Test von vollständig auf natürlichen Stoffen basierender Druckfarbe

### Anteil der Lieferant\*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen

~ 80 %

Selbsteinschätzung: Erfahren - 6

Fremdeinschätzung: Erfahren - 5

## A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Lieferkette

An dieser Stelle wäre der Druckplattenentwickler früherer Jahre zu erwähnen, der energieaufwendig hergestellt und als gefährlicher Abfall entsorgt wird. Durch stufenweise Umstellung von prozessarmer auf prozesslose Druckplatte können wir heute vollkommen auf den Einsatz von Druckplattenentwickler in unserer Produktion verzichten.

### Eingekaufte Produkte mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen

0 %

Eine von uns in Anspruch genommene Dienstleistung mit erhöhter Umweltauswirkung ist die Folienkaschierung unserer Druckprodukte. Hier wird Folie über das von uns bedruckte Papier gezogen, um den Schutz vor äußeren Einflüssen zu optimieren. Die Folienkaschierung macht das Papier für das Recycling unbrauchbar.

### Jährlicher Anteil der Produkte mit Folienkaschierung

~ 3 - 5 %

- Reduktion von Produkten mit Folienkaschierung

**Selbsteinschätzung: Basislinie - 0**

**Fremdeinschätzung: Basislinie - 0**

## A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette

### A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant\*innen

Wir sehen unsere Lieferant\*innen als wichtige Partner und pflegen ein offenes Miteinander. Es gibt keine einseitigen Abhängigkeiten. Jeder Auftrag basiert auf einer individuellen Vereinbarung über Preis, Ausführung und Liefertermin. Mitentscheidungsrechte sind immer gewährleistet, da die Entscheidung über Auftragsannahme durch die Lieferant\*innen erfolgt. In keiner unserer langjährigen Geschäftsbeziehungen sind bislang Probleme aufgetreten.

**Selbsteinschätzung: Erfahren - 6**

**Fremdeinschätzung: Erfahren - 6**

### A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Lieferkette

Wir pflegen enge Absprachen, hohe Transparenz und einen partizipativen Umgang. Transparenz und Mitentscheidung innerhalb der Lieferkette beeinflussen wir nur über unsere eigene Kommunikation.

- Durchführung einer Lieferanten-Befragung im Jahr 2021

**Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt**

Konnte nicht ermittelt werden

**Anteil der Lieferant\*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden**

~ 80 %

**Selbsteinschätzung: Fortgeschritten - 2**

**Fremdeinschätzung: Fortgeschritten - 2**

## B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

---

### B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

#### Risikodeckung durch Eigenmittel

Die Risikodeckung durch Eigenmittel erfolgt in unserem Haus bevorzugt über die Erhöhung der Eigenkapitalquote, wofür auch die erzielten Erträge im Betrieb verbleiben.

#### Eigenkapitalanteil deVega

47 %

Zum durchschnittlichen Eigenkapital in der Druckbranche liegen uns keine Informationen vor. In dieser Investitions-intensiven Branche sind Betriebsaufspaltungen üblich und erschweren wie auch bei deVega verlässliche Aussagen.

#### Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil in der Medienbranche

33 %

(vgl. J. Drukarczyk & D. Ernst, 2006, Branchenorientierte Unternehmensbewertung, Vahlen Verlag)

**Selbsteinschätzung: Fortgeschritten - 3**

**Fremdeinschätzung: Erfahren - 4**

### B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner\*innen

#### Finanzpartner\*innen des Unternehmens

Wir haben nur einen wesentlichen Finanzpartner, die Eitzenberger Media Druck Logistik GmbH & Co KG. Ein Pachtverhältnis regelt und honoriert die Nutzung des Anlagevermögens. Diese Regelung hat historische, steuerliche und rechtliche Hintergründe. Die Eitzenberger Media Druck Logistik GmbH & Co KG bezieht ihrerseits Förderkredite von der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), wobei diese über die Stadtsparkasse Augsburg abgewickelt werden.

#### Fremdkapitalanteil

53 %

## Ethisch-nachhaltige Ausrichtung

Sowohl die KfW als auch die Stadtparkasse Augsburg berücksichtigen in ihrer Ausrichtung nachhaltige Geschäftsziele. Sie betrachten unternehmerisches Handeln und die dazugehörige finanzielle Unterstützung im Zusammenhang mit gesellschaftlicher Verantwortung. So zeichnen sie sich insbesondere durch Förderprogramme und Stiftungen für das Gemeinwohl von Senioren oder Kindern aus.

**Bis zu drei wesentliche Finanzpartner\*innen; jeweils Partner\*inneninstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen).**

Stadtparkasse Augsburg (Kredite, Geschäftsvolumen: ~ 1 Mio)

AAB Leasing (Leasing-Finanzierung, Geschäftsvolumen: ~ 0,25 Mio)

**Selbsteinschätzung: Erste Schritte - 1**

**Fremdeinschätzung: Erste Schritte - 1**

## B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

### B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

#### Zukünftige Investitionen

Eine Branche mit großem Wettbewerb zeichnet sich stets durch kontinuierliche Modernisierung und Verbesserung in allen Unternehmensbereich aus. Aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Unsicherheit stellen wir größere Investitionen wie in jüngster Vergangenheit zurück.

- Neben der Sicherung von fairen Einkommen aller Berührungsgruppen, werden die folgenden Projekte vor der Ausschüttung von Kapitalerträgen umgesetzt bzw. fortgeführt:

Zertifizierungen nach EMAS/ISO 14001

vollständige CO<sub>2</sub>-Neutralstellung im Laufe des Jahres 2021

Fortführung betrieblicher Standards wie PSO und unserem zertifizierten QM

	Geldwertes Volumen
Mittelüberschuss aus Geschäftstätigkeit 2019	60 Tsd. Euro
Projekte	50 Tsd. Euro
Strategischer Aufwand	25 Tsd. Euro
Auszuschüttende Kapitalerträge	-

**Selbsteinschätzung: Erfahren - 6**

**Fremdeinschätzung: Erfahren - 6**

### B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Die einzige Verteilung von Geldmitteln sind die vorweggenommenen Ertragserwartungen, sprich unsere Gehälter. Hier achten wir auf größtmögliche Gerechtigkeit und Transparenz. Alle Kapitalflüsse folgen kaufmännischen Vereinbarungen und ausnahmslos ehrbarer Haltungen.

**Selbsteinschätzung: Basislinie - 0**

**Fremdeinschätzung: Basislinie - 0**

## B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

---

### B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

#### Ökologische Sanierungen der eigenen Anlagen

Bei deVega legen wir schon immer großen Wert auf ökologisches Verbesserungspotenzial bei unseren Investitionsentscheidungen. So wie bereits oben genannt wurde unsere Druckanlage auf prozesslose Platte umgestellt und die Beleuchtung in unserem Gebäude durch energiesparende LED-Leuchten ersetzt. Auch unsere Investitionen in Windkraft und die Photovoltaik-Anlage auf unserem Firmendach reduzieren unseren ökologischen Fußabdruck.

- Investitionen in die beständige Reduktion des ökologischen Fußabdrucks:
  - EMAS-Zertifizierung
  - CO<sub>2</sub>-Neutralstellung unseres Standortes

Hierbei freuen wir uns mit Zukunftswerk (<https://www.zukunftswerk.org/>) einen kompetenten Partner gefunden zu haben, der sich auch aktiv für das Gemeinwohl engagiert.

#### Förderprogramme

Für die innerhalb des Berichtszeitraums erfolgte Umstellung der CTP-Anlage (Computer to plate) auf prozesslose Druckplatten wurden keine Finanzmittel aus Förderprogrammen genutzt. Die Investitionen in das ökologische Verbesserungspotenzial wurden aus den laufenden Einnahmen der Geschäftstätigkeit finanziert werden.

#### Realisierte ökologische Sanierung im Berichtszeitraum

20 Tsd. Euro

Selbsteinschätzung: Erste Schritte - 1

Fremdeinschätzung: Erste Schritte - 1

## B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

### Sozial-ökologische Projekte und Ausstieg aus fossilen Energieträgern

Durch die Investition in eine Windkraftanlage im Jahre 2000 haben wir bereits frühzeitig in die CO<sub>2</sub>-neutrale Energiegewinnung investiert und dies mit der im Jahr 2010 auf dem Firmendach angebrachten Photovoltaik-Anlage fortgesetzt. Im Berichtsjahr 2019 produzierte unsere Photovoltaik-Anlage fast 63.000 kWh grünen Strom, was einer CO<sub>2</sub>-Einsparung von mehr als 25 t entspricht.

Durch die Zusammenarbeit mit ClimatePartner ermöglichen wir unseren Kunden, die für ihren Druckauftrag anfallenden CO<sub>2</sub>-Emissionen durch den Erwerb von Zertifikaten auszugleichen.

#### Finanzierte Projekte (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung)

-

#### Fonds-Veranlagungen (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung)

-

Selbsteinschätzung: Basislinie - 0

Fremdeinschätzung: Basislinie - 0

## B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Aufgrund nachhaltiger Forstwirtschaft und hoher Recyclingquote würden wir Papier nicht als ökologisch bedenkliche Ressource einstufen. Um den Bedarf an Frischfaser-Papier dennoch zu reduzieren, forcieren wir den Absatz von Recycling-Materialien. Für eine höchstmögliche Recyclingquote haben wir unsere Sortiervorgänge verfeinert.

Selbsteinschätzung: Basislinie - 0

Fremdeinschätzung: Basislinie - 0



## B4 Eigentum und Mitentscheidung

---

### B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Die Rechte und Pflichten der Eigentümer\*innen sind über den Gesellschaftervertrag geregelt und die Haftung beschränkt sich auf das eingezahlte Kapital. Die Verteilung des Eigenkapitals gestaltet sich wie folgt:

Verteilung des Eigenkapitals	
Unternehmer*innen	70 %
Führungskräfte	18 %
Mitarbeiter*innen	0 %
Kund*innen	2 %
Lieferant*innen	0 %
weiteres Umfeld	10 %
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	0 %

Die wesentlichen Eigentumsbeteiligung liegt innerhalb der Familie. Eine Eigentumsbeteiligung von Mitarbeitenden wäre möglich. In den letzten Jahren wurde der Rückkauf von Anteilen zweier Eigentümer/Kunden durchgeführt. Auf diese Weise blieben die Beteiligungen bei den bekannten Gesellschaftern.

Die Unternehmer\*innen und Führungskräfte des Unternehmens unter den Gesellschaftern beabsichtigen auch zukünftig keine Eigentumsanteile an fremde Dritte abzutreten.

#### Transparente Entscheidungsgrundlagen

Grundlage ist die persönliche Kommunikation und Abstimmung, sowie die regelmäßige Einbeziehung der Kolleg\*innen in Entwicklungen und Entscheidungen. Wir wollen für alle Entscheidungen eine breite Akzeptanz erreichen.

- Ausbau der Abteilungsleiterebene mit mehr persönlicher Teilhabe und klaren Aufgaben für mehr Resilienz im Unternehmen

Die Beteiligung an Eigentum und die resultierende Mitentscheidung wird über den Gesellschaftervertrag geregelt. Jährlich wird für die Gesellschafterversammlung zu den Bilanzen noch ein ergänzender Bericht von der Geschäftsleitung vorgelegt, den jeder auf Wunsch einsehen kann.

**Selbsteinschätzung: Erste Schritte - 1**

**Fremdeinschätzung: Basislinie - 0**

# C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

## C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur zeichnet sich für uns durch Höflichkeit, Respekt und Vertrauen aus. Wir fördern Chancengleichheit und Vielfalt am Arbeitsplatz.

Wir wollen auf einer kooperativen Basis aufbauen und konstruktiv unsere eigenen Meinungen und Ideen vertreten. Durch Begegnungen auf Augenhöhe wollen wir zum aktiven Mitwirken animieren. So entstehen innerhalb definierter Aufgabenbereiche Möglichkeiten für Selbstorganisation und Eigenverantwortung.

Unser Prinzip: „Wir wollen wohlwollend interpretieren und handeln“.

### Indikatoren der Unternehmenskultur

Fluktuationsrate	3 bis 5 %
durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	16 Jahre
Anzahl an Initiativbewerbungen	1 bis 3 pro Monat
Anzahl der Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz	-
In Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten	~ 25 h/Woche Davon 2 Auszubildende á ca. 10 h/Woche

- Befragung der Mitarbeitenden im Jahr 2021

**Selbsteinschätzung: Fortgeschritten - 3**

**Fremdeinschätzung: Fortgeschritten - 3**

## C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Im Rahmen der Qualitätspolitik nach ISO 9001 wird auch die Gesundheit und Sicherheit von Mitarbeitenden inklusive stetiger Verbesserung gewährleistet. Konkret ergeben sich hieraus die Bestellung einer Fachkraft für Arbeitssicherheit, Ersthelfern und die eines Betriebsarztes.

Im Rahmen der betriebsärztlichen Untersuchung können die Mitarbeitenden unter anderem Seh- und Hörtests durchführen lassen. Über eine Abfrage wird auch die psychische Belastung am Arbeitsplatz ermittelt, um geeignete Maßnahmen festlegen und umsetzen zu können.

Wir haben im ganzen Firmengebäude LED-Leuchten installiert, um ein Arbeiten in einer angenehmen und hellen Atmosphäre zu ermöglichen.

Bislang sind in unserer gesamten Produktion Betriebsunfälle ausgeblieben sind, bestätigt uns auf diesem Weg.

## Demografische Verteilung der Gesundheitsquote

Alter	Anzahl Mitarbeitenden	Durchschnittliche Krankentage
20-30	2	4,5
30-40	4	7
40-50	8	3
50-60	10	1
60-65	2	7,5

Selbsteinschätzung: Fortgeschritten - 2

Fremdeinschätzung: Fortgeschritten - 2

### C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Bei deVega wird nicht nach Herkunft, Neigungen, Religion oder ähnlichem unterschieden, weshalb wir hierzu keine Daten erheben. Man kann aber erwähnen, dass bei uns Menschen aus 7 Nationen arbeiten und unsere 3 Auszubildende Geflüchtete aus Syrien und Afghanistan sind. Ein respektvoller Umgang ist selbstverständlich, auch wenn die Kommunikation durch die Sprachbarriere erschwert wird.

Selbsteinschätzung: Basislinie - 0

Fremdeinschätzung: Erste Schritte - 1

## C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

---

### C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Eine branchenübliche Entlohnung ist bei deVega selbstverständlich. Wir berücksichtigen dabei geltende Tarife, Arbeitszeiten, Schichtzuschläge, Gerechtigkeit innerhalb einzelner Gruppen, individuelle Qualifikation und die Betriebszugehörigkeit. Die individuellen Löhne und Gehälter werden regelmäßig geprüft und gegebenenfalls angepasst. Unseren Mitarbeitenden nutzen unterschiedlichste Arbeitsmodelle, teilweise auch Homeoffice oder Sabbaticals.

**Selbsteinschätzung: Erste Schritte - 1**

**Fremdeinschätzung: Fortgeschritten - 2**

### C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

#### Erfassung von Arbeitszeiten und Überstunden

Arbeitszeiten werden digital erfasst und im System hinterlegt, wobei wir in unserer Produktion Terminals nutzen. Über dieses Systeme werden auch unsere Produktions-, Urlaubsplanung und Überstundenkonten gesteuert.

Für die faire Verteilung der Arbeitslasten erfolgt eine tägliche Vorplanung und Absprache zwischen Betriebsleitung und den verantwortlichen Mitarbeitenden in der Produktion. Auf diese Weise sichern wir auch bei Krankheitsfällen oder Planänderungen einen reibungslosen Ablauf innerhalb unserer Produktion. Dies ist auch eng an eine gewisse Flexibilität unserer Mitarbeitenden im Bereich Druck und Verarbeitung geknüpft.

In der Produktion arbeiten unsere Mitarbeitenden in einem 2-3 Schichten-Modell. Unsere kaufmännischen Mitarbeitenden teilen ihre Arbeitszeit rund um die Kernarbeitszeiten selbstständig ein. Überstunden werden in der Regel durch freie Tage wieder ausgeglichen.

Für das Jahr 2019 ergab sich ein "Zeitkonten-Defizit", in Summe wurden also keine Überstunden geleistet.

#### Kennzahlen zur Arbeitszeit bei deVega

Wochenarbeitszeit	35
Tatsächlich geleistete Überstunden	-1262,50 h

**Selbsteinschätzung: Erste Schritte - 1**

**Fremdeinschätzung: Erste Schritte - 1**

## C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance

Um unseren Mitarbeitenden in der jeweiligen Lebenssituation gerecht zu werden, bieten wir im kaufmännischen Bereich frei gestaltbare Arbeitszeitmodelle an, wobei auch die Möglichkeit für Home-Office besteht, was insbesondere in jüngster Vergangenheit an Bedeutung gewonnen hat. In der Produktion ist dies leider nicht möglich.

### Aufzählung aller möglichen Arbeitsmodelle

Zeitmodelle: Vollzeit, Teilzeit, geringfügige Beschäftigungen  
Ortsgebunden und -ungebunden

### Anzahl der Führungskräfte/Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z. B. Teilzeit, Jobsharing)

Führungskräfte: 2  
Mitarbeitende: 10

**Selbsteinschätzung: Erfahren - 5**

**Fremdeinschätzung: Erfahren - 5**

## C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Alle Arbeitsverträge entsprechen vollständig dem Arbeitsrecht, wobei auch die individuellen Anpassungen inbegriffen sind.

Die "investierte" Arbeitszeit spielt für das Erreichen von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements nur eine geringfügige Rolle.

Auch unseren Auszubildenden zahlen wir die branchenüblichen Tarife und die Entlohnung unserer Werkstudenten erfolgt oberhalb des durchschnittlichen Verdienstes.

**Selbsteinschätzung: Basislinie - 0**

**Fremdeinschätzung: Basislinie - 0**

## Zusammenfassung: Indikatoren zur Ausgestaltung der Arbeitsverhältnisse

Standortabhängiger "lebenswürdiger" Verdienst (Annahme: Mindestlohn)	9,50 €/Stunde
Mindestverdienst 450 Euro Teilzeit	10 Euro
Mindestverdienst festangestellt ungelernte Kräfte	13 Euro
Höchstverdienst Facharbeiter ohne Schichtzuschläge	19 Euro
Mindestverdienst kfm Angestellte	17 Euro
Höchstverdienst kfm Angestellte/Techniker/Meister	32 Euro
Unternehmensleitung	40 Euro
Anzahl der Pauschalverträge	2
Anzahl der Null-Stunden-Verträge	-
Anzahl aller Beschäftigten (ink. Zeitarbeitenden)	40
Anzahl der Zeitarbeitenden	-
Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen	-
Anteil von befristeten Arbeitsverträgen	-
Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen	-

## C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

---

### C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Das Thema Ernährung und Lebensmittel am Arbeitsplatz ist eine persönliche Angelegenheit der MitarbeiterInnen. Wir stellen kostenfrei das Mineralwasser einer regionalen Brauerei, sowie Obst, Kaffee und Tee zur Verfügung. Hierbei liegt unser Augenmerk auf Qualität und regionaler Herkunft der Produkte. Unser Obst beziehen wir von einer Biobäuerin aus Süddeutschland, die uns sowie weitere Firmen und Hausstände direkt auf einer bestehenden Route beliefert.

Unsere Cafeteria dient als Gemeinschaftsraum und umfasst eine erst 2020 erneuerte Küchenzeile inklusive großem Tisch. Die Ausstattung umfasst hierbei alle technischen Geräten und Küchenutensilien, die man benötigt.

Zusätzlich gibt es in unserem Haus auch einen organisierten Brotzeitservice, bei dem unsere Mitarbeitenden per Sammelbestellung Brotzeit von einem externen Anbieter direkt zu uns liefern lassen. Auch Gastronomie im Umfeld kann genutzt werden.

Verpflegung aus regionaler oder ökologischer Herkunft		
Produkt	Anteil ökolog. Herkunft	Zertifikat(e)
Obst	100 %	Bio-Siegel
Milch	100 %	Bio-Siegel, Naturland Fair
Wasser (Riegele Brauerei)	100 %	EMAS-Zertifikat
Tee	100 %	Fairtrade (teils), Bio-Siegel

**Selbsteinschätzung: Fortgeschritten - 3**

**Fremdeinschätzung: Fortgeschritten - 3**

### C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Der Standort unseres Betriebs im Industriegebiet Lechhausen und individuelle Wohnsituationen sowie der Schichtbetrieb bringen es mit sich, dass das eigene Auto das Transportmittel erster Wahl ist. Für wenige kommen das Fahrrad oder öffentliche Verkehrsmittel in Frage.

Anteile der genutzten Anreisemöglichkeiten	
Eigenes Fahrzeug	80 %
Öffentliche Verkehrsmittel	5 %
Fahrrad	15 %

**Selbsteinschätzung: Erste Schritte - 1**

**Fremdeinschätzung: Erste Schritte - 1**

### C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Wir sind uns der Bedeutung von Materialauswahl, dem Einsatz erneuerbarer Energien sowie dem verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen und deren Recycling bewusst.

Im Verkauf haben wir eine eigene Musterkollektion für besonders umweltfreundliche Recyclingpapiere etabliert. Langfristig streben wir an alle unsere Angebote, um eine umweltfreundlichere Alternative auf Recyclingpapier zu erweitern.

Die Beschaffung ist im Rahmen unseres Qualitätsmanagements definiert, wobei unsere Mitarbeitenden aus einer Menge festgelegter Lieferanten wählen können.

#### Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten in %

~ 80 %

#### Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden in %

Kann nicht beantwortet werden

**Selbsteinschätzung: Fortgeschritten - 2**

**Fremdeinschätzung: Fortgeschritten - 2**

### C3.4 Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Wir nutzen Ressourcen, womit ein ökologisch ideales Verhalten nicht erreichbar ist. Unser Ziel ist unsere Gegebenheit durch Synergien, kurze Transportwege, ausgewählte Materialien so ökologisch wie möglich zu gestalten.

**Selbsteinschätzung: Basislinie - 0**

**Fremdeinschätzung: Basislinie - 0**



## C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

### C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Wir kommunizieren unsere Auftragslage, Abwesenheiten, Termine und mehr über einen Aushang sowie Aktuelles über einen internen Newsletter. Dies umfasst unter anderem personelle oder technische Angelegenheiten, laufende Zukunftsprojekte oder besondere Aufträge.

In regelmäßigen Besprechungen und Mitarbeitergesprächen pflegen wir den persönlichen Austausch.

Viele Daten sind auch auf der öffentlichen Homepage einsehbar und werden dort verständlich aufbereitet.

Die geschäftlichen Bilanzen sind gesetzlich verankert online einsehbar. Die Auftragstaschen der 3 vergangenen Jahre werden in unserem Archiv gelagert und die digitalen Daten unterliegen einer genauen Archivierungs- und Löschung-Regel. Alles weitere regelt der Datenschutz.

#### Einschätzung: Grad der Transparenz

~ 70%

Selbsteinschätzung: Erfahren - 4

Fremdeinschätzung: Erfahren - 4

### C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Durch die mitarbeitende Gesellschafter- und Familienstruktur ist heute eine Legitimierung dadurch faktisch gegeben. Das ändert aber nichts daran, dass hier mit gleichem Maß gemessen und Kritik geäußert wird. Es ist freilassend, inwieweit jemand den direkten Weg wählt, Unzufriedenheit aufstaut oder anderweitig äußert.

#### Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Gespräch/Mitgestaltung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden

0 %

Selbsteinschätzung: Basislinie - 0

Fremdeinschätzung: Basislinie - 0

## C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Unsere Gegenwart Gestaltung baut auf ein Menschenbild, das jeden als eigenständige Persönlichkeit in den Blick nimmt. Wir leben innerhalb der Fachabteilungen eine hohe Eigenverantwortung, jeder nimmt seine Aufgaben wahr oder wächst in neue Aufgaben hinein. Unser Ziel ist ein eine kooperative Arbeitsweise mit Freiräumen für individuelle Entwicklung und Projekte. Eine bewusste Art des Miteinanders führt zu mehr Eigenverantwortung und damit Mitentscheidung.

- Ab 2021 wollen wir über laufende Mitarbeiterbefragungen die jeweilige Zustimmung oder Ablehnung für geplante Projekte oder Veränderungen ermitteln und dem Ergebnis Rechnung tragen.

Anteil Entscheidungen auf Basis von Anhörung/Mitwirkung/Mitsprache/	
Arbeitsebene	70%
Strategische Ebene	70%

**Selbsteinschätzung: Fortgeschritten - 3**

**Fremdeinschätzung: Fortgeschritten - 3**

## C4.4 Verhinderung des Betriebsrates

In unserem Unternehmen gibt es keinen Betriebsrat, da es bislang keinerlei Impulse unserer Mitarbeitenden in diese Richtung gab. Sollten unsere Mitarbeitenden Bedarf für die Einführung eines Betriebsrates sehen, liegt es ganz bei ihnen die Initiative zu ergreifen.

# D1 Ethische Kund\*innenbeziehungen

## D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund\*innen

Grundsätzlich beruhen die Zusammenarbeit und Kommunikation auf Vertrauen, individuelle Betreuung, Kompetenz, Zuverlässigkeit, Nachhaltigkeit und durchgängige Qualität.

Neue Kund\*innen wollen wir über die Qualität unserer Produkte, kompetenter Beratung und einem transparenten Auftritt generieren. Hierbei zeigen wir sowohl auf Messen wie auch auf allen gängigen Internetportalen und sozialen Medien Präsenz. Weiterführende Informationen liefern unsere Homepage und unser Newsletter.

Hierbei kommunizieren wir nur mit relevanten und belastbaren Inhalten und sagen unseren Kund\*innen nur zu was wir auch halten können.

### Budget für Marketing-, Verkauf- und Werbekampagnen

2018	2,1 %
2019	1,7 %

### Umgang mit Kund\*innen

In der Zusammenarbeit mit unseren Kund\*innen pflegen wir eine lösungsorientierte Haltung. Wir wollen unseren Kund\*innen stets vergleichbare und transparente Leistungsbeschreibungen liefern.

Seit 2020 erfolgt die Bezahlung unserer Mitarbeitenden im Verkauf vollständig durch fixe Bestandteile ohne Prämien.

### Art der Bezahlung der Mitarbeitenden im Verkauf

100 % fixe Bestandteile

### Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens

nein

### Wünsche von Kund\*innen und Reklamationen

Vor und während der Auftragsabwicklung stehen wir mit unseren Kund\*innen im Austausch, um Qualität und Terminalsicherheit gewährleisten zu können.

Unsere Reklamationsquote liegt bei 0,5% und das gleiche Volumen an Fehlern wird vor der Auslieferung erkannt und geg. nachgebessert oder kommuniziert.

Reklamationen werden zusätzlich von Betriebsleitung oder Geschäftsführung mitbearbeitet.

**Selbsteinschätzung: Fortgeschritten - 3**

**Fremdeinschätzung: Erfahren - 4**

## D1.2 Barrierefreiheit

Wir sind in einer Branche tätig, in der hauptsächlich im B2B-Bereich agiert wird. Hierbei sind wir für unsere Kund\*innen über alle Wege erreichbar und begrüßen diese auch gerne in unserem Haus.

### Benachteiligte Kund\*innen-Gruppen

Soziale oder kulturelle Projekte und Institutionen gehören zu dem Kreis unserer Kund\*innen.

Hierbei arbeiten wir schon über mehrere Jahre mit Organisationen wie Missio, Caritas, SchlaU, Bunter Kreis und einigen mehr zusammen.

Wir helfen den Kund\*innen dieser Zielgruppe, indem wir ihnen qualifizierte Beratung und individuelle Leistungen und nachhaltige Produkte anbieten. Auch Sonderpreise oder pro bono Projekte haben ihren Platz.

#### Umsatzanteil der Käufe benachteiligter Kund\*innen-Gruppen

~ 5 %

Selbsteinschätzung: Fortgeschritten - 3

Fremdeinschätzung: Fortgeschritten - 3

## D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

#### Anteil der Werbeausgaben, die auf unethische Kampagnen entfallen

0 %

Selbsteinschätzung: Basislinie - 0

Fremdeinschätzung: Basislinie - 0

## D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

### D2.1 Kooperation mit Mitunternehmern

Kollegienhilfe und die gegenseitige Ausführung von Aufträgen bei Kapazitätsengpässen oder Spezialisierungen ist gelebte Praxis. Zur Solidarität gehört Vertrauen in Zusagen und Leistung genauso wie absoluter Kundenschutz. Übergeordnet fördert ein Strategiekreis den Austausch von Informationen und Wissen.

#### Erhöhung des Branchenstandards durch Kooperationen

- Im Jahr 2021 wollen wir wie bereits oben genannte die Klimaneutralstellung unseres Standortes realisieren.
- Neben dieser Kooperation haben wir geplant unser Umweltmanagement auszubauen und nach EMAS zertifizieren zu lassen.

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

1. TÜV Süd: nach ISO 9001:2015 zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem
2. Sächsischen Institut für die Druckindustrie (SID): Prüfsiegel Prozess Standard Offsetdruck (PSO) nach ISO 12647-2
3. Zertifizierung nach FSC® und PEFC

Zusätzlich werden in den Bereich Druck und Druckvorstufe weitere Kooperationen angestrebt, um Ausfallrisiken bei Kooperationspartner\*innen wie auch im eigenen Haus zu reduzieren.

#### Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards

Mitglied der Gemeinwohl-Ökonomie

Bis auf die genannten Initiativen bestehen keine weiteren Kooperationen.

**Selbsteinschätzung: Fortgeschritten - 3**

**Fremdeinschätzung: Erfahren - 5**

## D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Wir stellen bei Engpässen spontan und unbürokratisch Kapazitäten oder Material zur Verfügung.

### Unterstützung von Mitunternehmen durch Arbeitskräfte, Aufträge oder Finanzmittel im Berichtsjahr

keine

Selbsteinschätzung: Fortgeschritten - 2

Fremdeinschätzung: Fortgeschritten - 2

## D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Eine Marktmacht gegenüber Mitunternehmen kann bestenfalls im Preiswettbewerb empfunden werden. Wir haben eine seriöse Preisbildung und keine Absprachen oder verdeckte Vorteile die Mitunternehmen am Markt Nachteile verschaffen würden.

### Verhaltensweisen gegenüber Mitunternehmen

Wertender Vergleich	Nein
Dumpingpreisstrategie	Nein
Verdeckte/geheime Preisabsprachen	Nein
Maximierung des Marktanteils auf Kosten von Mitunternehmen, Kund*innen, Produzent*innen	Nein
Erwirken zahlreicher Patente	Nein

Selbsteinschätzung: Basislinie - 0

Fremdeinschätzung: Basislinie - 0

## D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

---

### D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)

Papiere aus nachhaltiger Forstwirtschaft gehören zum Branchenstandard und wir wollen die ressourcenschonende Alternative Recyclingpapier stärker in den Vordergrund rücken.

Wir setzen auf Ökofarben, die auf biologisch abbaubaren Pflanzenölen basieren und beim Recycling vollständig vom Papier gelöst werden können (vollständige Deinkbarkeit).

Unsere Druckplatten verkaufen wir nach deren Einsatz an Recyclingunternehmen, die das Aluminium wiederaufbereiten (geringerer Energiebedarf als bei der Primärherstellung).

Erfassung und Reduktion ökologischer Auswirkung wollen wir im Rahmen unseres Umweltmanagementsystems weiter ausbauen.

#### Reduktion ökologischer Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung

Als Vorbereitung für den Recyclingprozess sortieren wir unsere Papierabfälle vor der Entsorgung nach 3 Kategorien, um unter anderem unbedruckte von bedruckten Papier Abfällen zu trennen.

Wir sammeln auch Farbreste und Waschwasser, um diese fachgerecht entsorgen zu lassen.

Wir arbeiten hierbei mit regionalen Entsorgern zusammen, um kurze Transportwege zu erreichen und schnelle Absprachen treffen zu können.

Auf die Nutzung und Entsorgung durch unsere Kund\*innen hingegen können wir nur begrenzt Einfluss nehmen.

#### Vergleich der Auswirkung zu bestehenden Alternativen

Als Substitutionsprodukte wirken digitale Medien auf den ersten Blick als umweltfreundliche Alternative. Doch wird für die Herstellung wie auch den Betrieb dieser Geräte wird viel Energie benötigt. Zusätzlich sind in diesen Hightech-Geräten eine Vielzahl an seltenen Erden verbaut, deren kritische Reserven angegriffen werden.

Studien bescheinigen dem nachhaltigen Druckprodukt bei sinnvoller Nutzung über die gesamte Lebensdauer eine bessere Ökobilanz.

**Selbsteinschätzung: Erste Schritte - 1**

**Fremdeinschätzung: Erste Schritte - 1**

## D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

Aufgrund der Auflagen unabhängigen Rüstkosten bedingt eine höhere Auflage oft einen geringeren Stückpreis. Wir halten unsere Kund\*innen dennoch dazu an nur die benötigte Menge in Auftrag zu geben.

Denn gedruckte Produkte, die nicht nutzbringend zum Einsatz kommen, haben neben dem erhöhten Materialverbrauch auch für unsere Kunden keinen Mehrwert.

**Selbsteinschätzung: Erste Schritte - 1**

**Fremdeinschätzung: Fortgeschritten - 2**

## D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

Produkte wie Verpackungen, Buchumschläge oder Kataloge gilt es häufig so zu fertigen, dass eine längere Nutzung möglich ist. Hierbei nehmen wir den Nachteil in Kauf, dass sich diese Produkte nicht mehr dem Recyclingprozess zuführen lassen.

In der Beratung zeigen wir die Möglichkeit auf, wie sich über die Verwendung höherwertigerer Papiere, diese Folienkaschierungen in einigen Fällen vermeiden lässt.

**Selbsteinschätzung: Basislinie - 0**

**Fremdeinschätzung: Basislinie - 0**

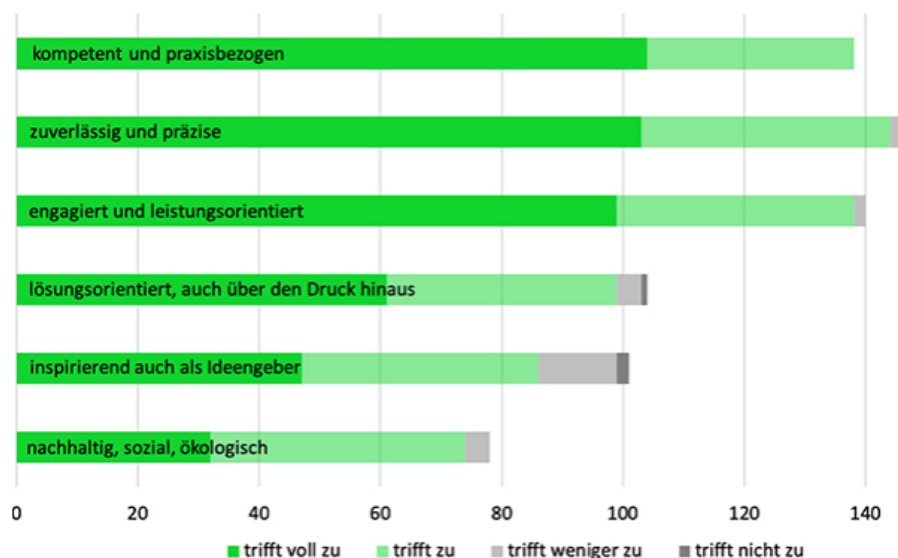


## D4 Kund\*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

### D4.1 Kund\*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

In der Regel entscheidet der Auftraggeber über die Ausführung des Produktes, wir zeigen dabei Lösungswege und Möglichkeiten für das beste Ergebnis auf. Dieses Vorgehen ermöglicht unseren Kund\*innen eine hohe Mitwirkung, wobei unser Ziel immer ein schönes Druckprodukt und ein zufriedener Kunde bleiben.

An unserer letzten Kundenbefragung im Februar 2019 nahmen 152 Personen teil, von denen 94% deVega weiterempfehlen würden. Teil der Befragung war auch die Zufriedenheit mit unserer Beratung und Auftragsbetreuung, Reaktionszeiten und Erreichbarkeit, Druck- und Verarbeitungsqualität sowie Logistik und Lieferzeiten. In allen 4 Kategorien waren über 90 % der Kund\*innen "überaus zufrieden" oder "sehr zufrieden" mit unserer Performance. Die vollständigen Ergebnisse der Befragung haben wir auf unserer Homepage veröffentlicht.



**Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund\*innen entstanden sind.**

-

**Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund\*innen entstanden sind.**

-

**Selbsteinschätzung: Fortgeschritten - 3**

**Fremdeinschätzung: Erfahren - 4**

## 4.2 Produkttransparenz

Die Beschaffenheit, Herstellungsorte und Bedingungen unserer Bedruckstoffe sind für jeden transparent zugänglich. Aufträge mit Zertifikaten wie FSC®, PEFC oder mit klimaneutralen Druck sind über ID Nummern auf dem Druckprodukt gekennzeichnet, nachvollziehbar und online einsehbar.

### Angabe von Inhaltsstoffen

#### Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen

0 %

### Informationen zur Preisfindung

Zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette weisen wir in der Regel keine Informationen aus. Auf Wunsch oder Bedarf legen wir unsere Kalkulation offen. Eine Ausnahme für eine dezidierte Preisfindung sind Optionen, die separat im Angebot ausgewiesen werden.

#### Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen

~ 20 %

#### Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen

Konnte nicht ermittelt werden

Selbsteinschätzung: Basislinie - 0

Fremdeinschätzung: Basislinie - 0

## D4.3 Kein Ausweis von Gefahrstoffen

Unsere Produkte enthalten weder Schadstoffe noch Gefahrenstoffe und sind bei zweckgemäßer Verwendung und Entsorgung ungefährlich für Kund\*innen und Umwelt.

#### Anteil der Produkte mit Gefahrstoffen oder Gebrauchs-Risiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden

0 %

Selbsteinschätzung: Basislinie - 0

Fremdeinschätzung: Basislinie - 0

# E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

---

## E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

### Unsere Produkte & die 9 Grundbedürfnisse

In erster Linie sind unsere Druckprodukte neutrales Medium für die Weitergabe von Informationen und dienen der Kommunikation. Wir verhelfen unseren Kund\*innen durch unsere Produkte zur **Freiheit** ihr Wissen oder ihre Informationen zu teilen. Das Bedürfnis nach **kreativem Schaffen** stillen unsere Kund\*innen durch das Umsetzen ihrer Ideen während des Designs und der Produktion ihrer Produkte.

Ob und welche weiteren Grundbedürfnisse die Produkte schließlich erfüllen, kann nur unter Berücksichtigung der Inhalte beantwortet werden. So decken die Produkte unserer Partner\*innen aus sozialen Organisationen ein breites Spektrum dieser Grundbedürfnisse:

**Gesundheit/Wohlbefinden, Sicherheit/Schutz** oder auch **Identität/Sinn**.

### Druckprodukte als notwendiges Gut

Publikationen wie Broschüren und die damit verbundenen Dienstleistungen sind alles andere als Luxusgüter, denn sie werden aus einer Notwendigkeit für ein Verbreitungsmedium heraus produziert.

Allerdings können veredelte Druckprodukte als eine Art Luxusgut betrachtet werden, da die Veredelung für den Einsatz und die Funktionalität der Produkte oft nicht zwingend notwendig ist.

Nutzenart der Produkte und prozentualer Anteil am Gesamtumsatz	
Luxusgut	5 %
Schulungsmaterial	10 %

Die weiteren Indikatoren konnten nicht bestimmt werden.

Selbsteinschätzung: Basislinie - 0

Fremdeinschätzung: Basislinie - 0

## E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Wir setzen uns mit sozialen und ökologischen Herausforderungen der Gesellschaft auseinander und versuchen unsere Produkte und Arbeitsweisen sowie unsere Außendarstellung entsprechend anzupassen.

Dies bildet die Grundlage, um weitere Schritte in Richtung nachhaltiger Wirtschafts- und Lebensweisen gehen zu können. Wir erhoffen uns auf diese Weise Verhaltensänderungen anstoßen und Kaufanreize für nachhaltige Produkte auch außerhalb unserer Branche setzen zu können.

### Aktivitäten außerhalb des Unternehmens und deren Wirkung

Im November 2020 führte Marco Hanecke von printelligent.de ein Interview mit unserem Geschäftsführer Udo Eitzenberger und unserem Neuzugang im Bereich Beratung & Auftragsbearbeitung, Barbara Classen.

Hierbei wurden auch die Faktoren für einen umweltfreundlichen Druck thematisiert.

#### Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr

2

#### Anzahl der erreichten Menschen, z. B. Leser\*innen, Besucher\*innen

Nicht ermittelbar

**Selbsteinschätzung: Erste Schritte - 1**

**Fremdeinschätzung: Erste Schritte - 1**

## E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Unsere Produkte haben keine negativen Auswirkungen auf Leben und Gesundheit von Lebewesen.

#### Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen

0 %

#### Kund\*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben

0 %

**Selbsteinschätzung: Basislinie - 0**

**Fremdeinschätzung: Basislinie - 0**

## E2 Beitrag zum Gemeinwesen

---

### E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Wir zahlen neben der Ertragssteuer alle gesetzlich vorgeschriebenen Arbeitgeberanteile der Sozialversicherungsbeiträge für unsere Arbeitnehmer. Diese Beiträge lagen während des Berichtszeitraums bei ca. 15% unseres jährlichen Umsatzes.

Wesentliche Kennzahlen hierzu weist unser Finanzbericht aus und wird aus Datenschutz sowie Wettbewerbsrechtlichen Gründen hier nicht veröffentlicht.

**Selbsteinschätzung: Fortgeschritten - 2**

**Fremdeinschätzung: Fortgeschritten - 2**

### E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Wir unterstützen über mehrere Jahre soziale oder kulturelle Programme und Projekte, wobei sich die Aufwendungen üblicherweise zwischen 0,5 bis 1% des Umsatzes bewegen.

Seit 20 Jahren unterstützen wir die Stiftung Bunter Kreis mit einem Weihnachtskarten-Projekt. Wir übernehmen die gesamte Abwicklung vom Druck der Karten, dem individuellen Firmeneindruck, Logistik und Versand bis hin zur Übergabe des Erlöses an die Stiftung.

Für die Konzerte im Fronhof drucken wir kostenfrei Werbematerialien, Programmen, etc.

Auch die SchlaU - Werkstatt für Migrationspädagogik unterstützen wir durch reduzierte Kosten für Logistik und Lagerdienstleistungen.

Geförderte Projekte	Geldwerte Unterstützung
Stiftung Bunter Kreis	~ 10.000€
Fronhof-Konzerte	~ 3000 €
SchlaU - Werkstatt für Migrationspädagogik	~ 2000 €
Sonstige	~ 5000 €

### Bewertung des Eigennutzes

Es besteht die Möglichkeit, dass unser Engagement und langjährige Geschäftsbeziehungen die Vergabe von Druckaufträgen beeinflussen. Bis auf die gegenseitige Wertschätzung und mögliche Dankbarkeit lässt sich allerdings nur schwer sagen, ob und wie hier eine Relation zwischen Eigennutzen und gesellschaftlichen Nutzen besteht.

## Nachhaltige Veränderungen durch die Aktivitäten

Durch das Engagement für die Stiftungen wie Bunter Kreis sowie SchlaU - Werkstatt für Migrationspädagogik wollen wir in erster Linie soziale Einrichtungen stärken. Neben der geldwerten Unterstützung erhoffen wir uns durch die Wirkung unserer Produkte helfen zu können und für mehr Aufmerksamkeit zu sorgen.

**Selbsteinschätzung: Erste Schritte - 1**

**Fremdeinschätzung: Erste Schritte - 1**

## E2.3 Illegitime Steuervermeidung

Es werden weder Gewinne verschoben noch Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen in andere Länder bezahlt. Es bestehen keine Geschäftsbeziehungen zu Geschäftspartner\*innen in sog. Steueroasen oder undokumentierte Finanztransaktionen. Wir gestalten unsere Finanzen transparent und gesetzeskonform.

Alle wesentlichen Kennzahlen hierzu weist unser Finanzbericht aus und wird aus Datenschutz sowie Wettbewerbsrechtlichen Gründen hier nicht veröffentlicht.

**Selbsteinschätzung: Basislinie - 0**

**Fremdeinschätzung: Basislinie - 0**

## E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention

Wir sehen kein Risiko für Korruption. Unsere Geschäftsprozesse rund um die Auftragsvergabe, Preisfindung sind transparent.

**Selbsteinschätzung: Basislinie - 0**

**Fremdeinschätzung: Basislinie - 0**

## E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

### E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Der Landverbrauch auf unserem gepachteten Firmengelände ist konstant und die nachstehende Tabelle zeigt hierbei die Anteile an begrünter und versiegelter Fläche:

	Fläche in m <sup>2</sup>
Firmengrundstück...	3772
...bebaut	1536
...geteert	660
...gepflastert (Gitterpflaster)	200
...versiegelt	<b>2236</b>
...begrünt	1376

Wir haben mit der Datenerhebung für ein zertifiziertes Umweltmanagement begonnen. Ab dem Jahr 2021 wollen wir unser Unternehmen komplett CO<sub>2</sub>-neutral stellen und im Rahmen dessen wird eine aktualisierte CO<sub>2</sub>-Bilanz in Zusammenarbeit mit Zukunftswerk erstellt.

Wirkungskategorie	Wert
Ausgestoßene CO <sub>2</sub> -Äquivalente des Unternehmens	1.207.000 kg
Kennzahlen: Standort	
Dieserverbrauch (Lieferwagen)	1290 Liter
Laufleistung (Lieferwagen)	15.357 km
CO <sub>2</sub> -Äquivalente (Lieferwagen)	2748,92 kg
Benzinverbrauch (Dienstwagen)	886,6 Liter
Laufleistung (Dienstwagen, Benziner)	17.402 km
CO <sub>2</sub> -Äquivalent (Dienstwagen, Benziner)	2034 kg
Dieserverbrauch (Dienstwagen)	3187,9 Liter
Laufleistung (Dienstwagen, Diesel)	48.606 km
CO <sub>2</sub> -Äquivalent (Dienstwagen, Diesel)	7441,36 kg
Stromverbrauch	244429 kWh
Gasverbrauch	112600 kWh

Heizenergie	5630 kWh/°C
Verbrauch von Trink- und Regenwasser	661 m <sup>3</sup>
jährl. Kunstlicht Einsatz: Konventionell (bis 2015)	53314 kWh
jährl. Kunstlicht Einsatz: LED (seit 2015)	25141 kWh
jährliche Einsparung	28173 kWh
<b>Kennzahlen: Druckchemie</b>	
Druckpuder	205 kg
Druckfarben	882 kg
Coatings	8270 kg
Kleber	27,5 kg
Waschmittel	2170 kg
Gummierung	180 kg
<b>Kennzahlen: Papier</b>	
Papiereinkauf	746,68 t
Papierabfall zum Recycling	246,62 t

**Selbsteinschätzung: Erste Schritte - 1**

**Fremdeinschätzung: Erste Schritte - 1**

## E3.2 Relative Auswirkungen

Zu den Vergleichswerte für Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen in der Branche bzw. Region liegen uns keine Informationen vor.

**Selbsteinschätzung: Fortgeschritten - 3**

**Fremdeinschätzung: Fortgeschritten - 3**



## E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

### E4.1 Transparenz

Die Wünsche unserer Kunden sind für unsere Weiterentwicklung entscheidend. Wir sind täglich direkt über E-Mail, Telefon oder andere Kanäle erreichbar.

Eine direkte Rückmeldungen erleben wir im täglichen Umgang und durch die regelmäßige Abfrage unsere Kundenzufriedenheit.

Einblick in unser Unternehmen ist über unsere Internetpräsenz sowie im persönlichen Besuch gelebte Praxis.

**Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung**

-

**Selbsteinschätzung: Erste Schritte - 1**

**Fremdeinschätzung: Erste Schritte - 1**

### E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung

Die wichtigsten Stakeholder mit unseren Kunden sind unsere Mitarbeitenden, die wir in Entscheidungen und Entwicklungen mit einbeziehen.

**Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitentscheidungsgrad)**

0 %

**Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z. B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden?**

Nein

**Selbsteinschätzung: Erste Schritte - 1**

**Fremdeinschätzung: Erste Schritte - 1**

# Verbesserungspotenziale & Ziele

---

## A - Lieferant\*innen

- Durchführung einer Lieferanten-Befragung zu:
  - Fairen Arbeitsbedingungen
  - Solidarität und Gerechtigkeit
  - Mitentscheidung und Transparenz
- Anteil an Recyclingpapier im Einkauf erhöhen durch:
  - Standardmäßige Ausweisung von alternativer Umsetzung mit Recyclingpapier auf jedem unserer Angebote
  - Erklärende Publikation „Warum“ für Kunden
- Reduktion der Produkte mit Folienkaschierung

## B - Eigentümer\*innen & Finanzpartner\*innen

- Sicherung geplanter Projekte (Investitionen in die Reduktion des ökologischen Fußabdrucks) und Fortführung von Zertifikaten vor Kapitalausschüttung:
  - Zertifizierungen nach EMAS/ISO 14001
  - vollständige CO2-Neutralstellung im Laufe des Jahres 2021
  - Fortführung betrieblicher Standards wie PSO und unserem zertifizierten QM
- Ausbau der Abteilungsleitererebene mit mehr persönlicher Teilhabe und klaren Aufgaben für mehr Resilienz im Unternehmen

## C - Mitarbeitende

- Durchführung einer breiten Mitarbeitenden-Befragung:
  - Zufriedenheit und Identifikation mit deVega als Arbeitgeber
  - Mitentscheidung über zukünftige Projekte
- Durchgängige Erfassung von Überstunden auch im kaufmännischen Bereich
- Legitimierung der Abteilungsleitererebene durch die Mitarbeitenden der Abteilung

## D - Kund\*innen und Mitunternehmern

- Umfänglichere Produkt-Transparenz schaffen
- Kooperationen in der Branche stärken: PapierRetter

## E - Gesellschaftliches Umfeld

- Veröffentlichung des Gemeinwohlberichts 2021

## Ausblick

---

### Kurzfristige Ziele

Unser Ziel ist es mit der GWÖ-Bilanz nach außen hin zu zeigen, dass unser Betrieb die Bedeutung nachhaltiger Wirtschaftsweisen verstanden hat und sich selbst an diesen orientiert.

Wir wollen durch die Bilanz unseren aktuellen Stand erfassen und bereits in den ersten beiden Jahren nach der Bilanzierung Verbesserungen forcieren.

Die Veröffentlichung der Bilanz soll zudem die Bekanntheit der GWÖ fördern und Außenstehenden einen Einblick in das Konzept der Gemeinwohl-Ökonomie und in unser Unternehmen bieten.

### Langfristige Ziele

Langfristig wollen wir unser Netzwerk im Rahmen der Gemeinwohl-Ökonomie weiter ausbauen und uns so weiter mit gleichgesinnten Unternehmen umgeben, um gemeinsam auf nachhaltige Wirtschaftsweisen aufmerksam zu machen und aktiv für diese werben zu können.

## EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207)

Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemein verständlich, öffentlich und extern auditiert ist.

Neben der Funktion des vergleichbaren Maßstabs nutzen wir die GWÖ-Bilanz in erster Linie, um den Blick auf unser Unternehmen zu intensivieren. Im Rahmen der Peergroup und während der Anfertigung des Berichts hat sich die Bedeutung im Sinne des Menschen und der Umwelt zu wirtschaften für uns noch stärker verdeutlicht.

Zukünftig wollen wir die Bilanzierungen auch nutzen, um die Effekte und Wirkungen unserer Veränderungen nachvollziehen zu können. Zusätzlich kann durch den Blick zurück auf die früher gesetzten Ziele eine nachvollziehbare Bewertung der Entwicklung vorgenommen werden.

# Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

---

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert?

Wie alle Projekte sind wir die Erstellung der GWÖ-Bilanz als Team angegangen. Die Evaluation hat unser Geschäftsführer Udo Eitzenberger im Rahmen der Peer-Group selbst durchgeführt. Für die Sammlung von Zahlen, Daten und Ideen im Rahmen der GWÖ-Bilanz waren unter anderem Udo Eitzenberger, Till Srownal, Kilian Eitzenberger, Barbara Classen, Clarissa Srownal, Brigitte Aumiller, Alicia Bodenstein und Nico Keßler verantwortlich. Den Bericht selbst verfassten Udo Eitzenberger und Nico Keßler in enger Zusammenarbeit mit allen Beteiligten.

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

Eine genaue Zahl der Personen-Arbeitsstunden wurde nicht festgehalten. Aber wir würden die Summe der investierten Arbeitszeit auf etwa 250 Personen-Arbeitsstunden schätzen:

**Personen-Arbeitsstunden**

~ 250

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Die Bilanz wurde intern durchgängig kommuniziert, so wurde selbst im Weihnachtsbrief an alle Mitarbeitenden darauf hingewiesen.

Datum: 15.03.2020