

GEMEINWOHL-BERICHT

KOMPAKT-VERSION



Silbernagl

Silbernagl GmbH
Schlernstr. 39/1
39040 Kastelruth Frakt. Seis
Italien



INHALTSVERZEICHNIS

INHALTSVERZEICHNIS	2
MIT ETHIK ZUM ERFOLG	3
DAS UNTERNEHMEN	4
KURZPRÄSENTATION DES UNTERNEHMENS:	4
TÄTIGKEITSBERICHT	6
DAS UNTERNEHMEN UND DAS GEMEINWOHL	6
A - LIEFERANT*INNEN	8
A1 - MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE	8
A2 - SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE	14
A3 - ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE	19
A4 - TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG IN DER ZULIEFERKETTE	22
B - EIGENTÜMER*INNEN UND FINANZPARTNER*INNEN	23
B1 - ETHISCHE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN	23
B2 - SOZIALE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN	25
B3 - SOZIAL-ÖKOLOGISCHE INVESTITIONEN UND MITTELVERWENDUNG	28
B4 - EIGENTUM UND MITENTSCHEIDUNG	31
C - MITARBEITENDE	34
C1 - MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ	34
C2 - AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE	38
C3 - ÖKOLOGISCHES VERHALTEN DER MITARBEITENDEN	42
C4 - INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ	45
D - KUND*INNEN UND MITUNTERNEHMEN	48
D1 - ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG	48
D2 - KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN	54
D3 - ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN	59
D4 - KUND*INNEN-MITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ	63
E - GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	66
E1 - SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN	66
E2 - BEITRAG ZUM GEMEINWESEN	70
E3 - REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN	73
E4 - TRANSPARENZ UND GESELLSCHAFTLICHE MITENTSCHEIDUNG	77
AUSBLICK	79
BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHLBILANZ	79

MIT ETHIK ZUM ERFOLG

Unternehmen messen ihr wirtschaftliches Handeln auf der Grundlage ethischer Werte

Die Gemeinwohl-Ökonomie beschreibt eine sozialere, ökologischere und demokratischere Wirtschaft. Aufbauend auf den Werten Menschenwürde, Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit, Mitbestimmung und Transparenz erfolgt eine Darstellung der Maßnahmen die ein Unternehmen trifft, um über den gesetzlichen Rahmen hinaus, einen Beitrag zum Wohle aller Menschen zu leisten.

Die Entscheidung zusätzlich zum finanzrechtlichen Jahresabschluss eine Gemeinwohlbilanz zu schreiben, bedeutet in einem Unternehmen nicht nur die wirtschaftlichen Auswirkungen zu beurteilen, sondern ebenso die ethische Werthaltung, durch welche Beziehungen und Kooperationen gelingen, transparent darzustellen.

„Heute kennen die Menschen von allen Dingen den Preis aber nicht mehr ihren Wert!“

Immer mehr Menschen fragen nach dem Sinn ihrer beruflichen Tätigkeit. Das wirtschaftliche und gemeinwohlorientierte Handeln der Unternehmen, so der Wunsch vieler Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, soll wieder mit jenen Werten und Zielen übereinstimmen, die in den meisten Verfassungen westlicher Demokratien verankert sind.

Die Gemeinwohlbilanz (Gemeinwohlbericht + Gemeinwohl-Matrix) ist das zentrale Werkzeug der Gemeinwohl-Ökonomie. Sie hilft mit ihrer Matrixstruktur das unternehmerische Handeln und deren Wirkung abzubilden. So entsteht eine wertvolle Grundlage für zukünftige Entscheidungen.

Das Unternehmen Silbernagl GmbH teilt diese Werthaltung und ist Mitglied beim Verein zur Förderung der Gemeinwohlökonomie.

DAS UNTERNEHMEN

- Firma: Silbernagl GmbH
- Adresse: Schlernstr. 39/1, 39040 Kastelruth Frakt. Seis
- Region/Land/Staat: Provinz Bozen, Italien
- Homepage: www.silbernagl.it
- Anzahl Mitarbeiter*innen: 19
- Bilanzsumme: 3.490.839 €
- Durchschnittliche Investitionshöhe pro Jahr: € 450.000
- Tochtergesellschaften/ verbunden Unternehmen: Die Silbernagl GmbH ist über denselben physischen Eigentümer, Herrn Silbernagl Markus, (jeweils 99 % Eigentümer) mit der Silbernagl Markus & Co KG und der Primus Touristik OHG verbunden.

KURZPRÄSENTATION DES UNTERNEHMENS:

- | | |
|--------|---|
| • 1978 | • Anton Silbernagl erwirbt eine Buslizenz und kauft seinen ersten Reisebus, einen Iveco Menarini. |
| • 1979 | • Er übernimmt das Seiser Busunternehmen Mantinger und die Konzession für die Linien Kastelruth–Seis–Seiser Alm–Völs sowie Brixen–Klausen–Seiser Alm. |
| • 1985 | • Monika Silbernagl kümmert sich ab sofort um die Disposition im Busunternehmen in Südtirol. |
| • 1988 | • Die TAG (Tiroler Autobus Gesellschaft) wird gegründet, zusammen mit zwei weiteren Gesellschaftern. |
| • 1994 | • Auch die Söhne Markus und Günther steigen in unser Busunternehmen in Südtirol ein und tragen zur Erfolgsgeschichte von Silbernagl bei. |
| • 2001 | • Die Familie gründet das Reisebüro Primus Touristik (www.primus.bz) |

-
- 2003-2005 • Die Reisebüros Demi Reisen und Prokulus Reisen werden übernommen, außerdem wird die neue Betriebshalle in Bozen Süd fertiggestellt, die 20 Bussen Platz bietet.
 - 2011 • Silbernagl, unser Busunternehmen in Südtirol, erhält die Qualitätszertifikate gemäß ISO 9001:2008 und BS OHSAS 18001:2007
 - 2013 • In Seis wird der neue Sitz des Busunternehmens in Südtirol eingeweiht; er umfasst Garagen für 40 Busse, Werkstatt, Tankstelle und moderne Büros.
 - 2016 • Aufgrund des Strebens nach hoher Umweltverträglichkeit erhält das Busunternehmen Silbernagl die Umweltzertifizierung laut ISO 14001.
 - 2017 • Das Unternehmen erweitert seine Linien um die Strecken St. Ulrich–Kastelruth–Bozen sowie Bozen–Tiers–Paolina. Zudem wird die Halle in Bozen erweitert, sodass dort nun über 40 Busse Platz finden. Die Anteile der TAG werden im Tausch mit Linienleistungen im Raum Schlernggebiet und Tiers veräußert.
 - 2018 • Zusammen mit 2 Südtiroler Buspartner hat Silbernagl in Tirol (Österreich) die Ausschreibung der ÖPNV-Linie Landeck-Martina-Nauders gewonnen und dafür eine österreichische Gesellschaft, die TLB GmbH (www.tlbus.at), gegründet an welcher Silbernagl Mehrheitseigentümer ist. Auf dieser Linie werden ca. 600.000 Jahreskm mit 7 Bussen durchgeführt.
 - 2019 • Gemeinsam mit 2 Südtiroler Partnern konnte die Ausschreibung für den Transport für Schüler mit Behinderung für die Provinz Südtirol gewonnen werden. Dafür wurde zusammen mit Fa. Pizzinini eine eigene Gesellschaft, die Easy-Mobil GmbH www.easymobil.it gegründet und 40 behindertengerechte Kleinbusse angekauft.

- 2019 • In Zusammenarbeit mit der IDM, dem Hotel und Gastwirteverband (HGV) und dem LTS wurde 2019 das Mobilitätsportal www.suedtiroltransfer.com ins Leben gerufen. Südtirol Transfer sieht ein flächendeckendes touristisches Sammeltransfer-System vor und bietet Südtiroler Gästen eine umweltfreundliche Möglichkeit der An- und Abreise nach Südtirol.
- Heute • Silbernagl zählt heute zu den größten Busunternehmen in Südtirol und bietet zusammen mit dem Reisebüro Primus Touristik, seinen über 100 Mitarbeitern und den über 70 Bussen alle Dienstleistungen rund ums Reisen an.

TÄTIGKEITSBERICHT

Produkte & Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Reiseverkehr (Busse über 8 Plätze)	76 %
Fernbusse	19 %
Mietwagen mit Fahrer	5 %

DAS UNTERNEHMEN UND DAS GEMEINWOHL

Bisher erfolgte kein Engagement im Rahmen der Gemeinwohl-Ökonomie. Da wir unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst sind, ist es uns ein Anliegen eine Gemeinwohlbilanz zu erstellen.

Wir sind Mitglied im Verein zu Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie in Vorarlberg.

Kontaktperson: Silbernagl Michaela, michi@silbernagl.it, +39 0471 70 66 33



Zertifikat:

Peerevaluation

**Gemeinwohl-
Bilanz**

Silbernagl GmbH

M5.0 Kompaktbilanz

2019

PG-Suedtirol-G3

Begleiter*in

**Gebhard Moser
Ulrike Amann**

Beteiligte Peergruppen Firmen

Fugger Reisen KG d. Volgger Werner & Co.
Seiwald KG des Seiwald Klaus & Co.

Wert	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 0 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 20 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 0 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ- PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 40 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 100 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 40 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 20 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 30 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 20 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 30 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen beziehung: 30 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 60 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 20 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produktransparenz: 10 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 50 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 80 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 50 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 30 %
Zertifikat gültig bis: 21. Dezember 2022				BILANZSUMME: 314

Mit diesem Zertifikat wird das Peergroup-Ergebnis des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.

Wien, 21.12.2020

Ort / Datum

Mag. Dr. Manfred Kofranek MAS
Geschäftsführer GmbH

A - LIEFERANT*INNEN

A1 - MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE

Die Produkte und Dienstleistungen, die ein Unternehmen zukaufte, sind mit einer Vielzahl an gesellschaftlichen Auswirkungen verbunden. Diese können sowohl positiv als auch negativ sein. Besonders wichtig sind die Arbeitsbedingungen aller Mitarbeitenden in der gesamten Zulieferkette. Ein Unternehmen ist für das Wohlergehen aller Menschen – auch bei seinen Lieferant*innen und Vorlieferant*innen – mitverantwortlich.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wir möchten vorausschicken, dass wir über die Einhaltung der Menschenwürde bei unseren Lieferanten*innen nicht sehr viel wissen. Es ist uns deshalb auch unmöglich die Einhaltung der Menschenwürde in der Zulieferkette zu beurteilen.

Bei einigen Lieferant*innen war es uns möglich Daten zu eruieren, bei einigen Lieferant*innen/Partner*innen bauen wir auf eine bereits jahrzehntelange Zusammenarbeit und können deshalb auch mit Sicherheit feststellen, dass diese Lieferant*innen/Partner*innen die Menschenwürden in ihren Betrieben einhalten.

Unabhängig ob ein Lieferant verschiedene Zertifikate aufweist, ist es uns wichtig nur solche Lieferant*innen/Partner*innen auszuwählen die wir persönlich kennen und wo wir auch ein gutes „Gefühl“ haben. Da wir schon jahrzehntelang im Sektor tätig sein, können wir doch mit Sicherheit sagen, dass wir hier ein gutes Gespür haben und die Erfahrung gibt uns diesbzgl. auch Recht.

Im Unternehmen kümmert sich die Geschäftsleitung persönlich um dieses Thema.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Als Transportunternehmen kaufen wir vor allem Diesel und Busse ein. Da wir einen hohen Qualitätsanspruch unseren Kund*innen gegenüber haben, ist es uns ein großes Anliegen auch bei unseren Lieferant*innen auf Qualität zu setzen.

Wir kaufen deshalb nicht immer beim Billigsten ein, sondern wägen immer verschiedene Aspekte ab wie Qualität, Beschaffungssicherheit, Disponibilität der Dienstleistung, kurze Lieferzeiten bei Ersatzteilen, partnerschaftliches Auftreten, u.v.m.

Beim Diesel legen wir Wert darauf, dass der Diesel beim Einkauf in großen Mengen gekauft wird. So wird sichergestellt, dass der erhaltene Diesel direkt von der Raffinerie kommt und nicht im Zwischenlager des Händlers zwischengelagert wird.

Die sozialen Risiken bei unseren Lieferant*innen haben wir versucht über Internetrecherche und/oder Anrufen bei den Lieferant*innen zu erfahren. Leider haben wir nicht viele Informationen erhalten.

Zu unseren wichtigsten Lieferant*innen gehören Passuello (Diesel), Evobus (Buseinkauf/Wartung), Asfinag (österreichische Autobahn) und verschiedene Busunternehmen in Südtirol wie z.B. Fa. Domanegg und Fa. Gröden Reisen.

Anbei ein Auszug einiger Lieferanten samt Angabe verschiedener Zertifikate:

Evobus	ISO 14001, Audit-System EMAS
Asfinag	ISO 45001; ISO 9001; ISO/IEC 20000
Autoindustriale	Certificazione Best Service Experience
Reifen Jais	TÜV Rheinland ID:0000031890
Vodafone	ISO 2000-1; ISO 22301; ISO 37001; ISO IEC 27017; OHSAS 1800
Elas	Top Company Award
Heiss	
Fiorese	ISO 9001/ISO 45001/ 14001
Münz	DIN EN ISO 9001

Lieferant für Diesel: Fa. Passuello

Die Fa. Passuello ist seit einigen Jahren ein vertrauter Geschäftspartner. Wir beziehen 100 % der gesamten Treibstofflieferung von diesem Lieferanten und können aus Erfahrung bestätigen, dass dieses Unternehmen die Menschenwürde berücksichtigt. Dazu gab es eine direkte Nachfrage von Seiten unserer Firma und ein längeres Telefongespräch. Zertifikat hat die Fa. Passuello jedoch keines.

In der direkten Zulieferkette der Fa. Passuello steht die Firma ENI an erster Stelle. ENI S.p.A. ist ein italienischer Mineralöl- und Energiekonzern mit Sitz in Rom, der in den Bereichen Erdöl, Erdgas, Stromerzeugung, Petrochemie, Ingenieurwesen und Service auf Ölfeldern tätig ist. ENI's größte Herausforderung besteht darin, im Einklang der Agenda 2030 der Vereinten Nationen, saubere und nachhaltige Energie zu gewährleisten und dem Klimawandel entgegenzuwirken. Um dieses Ziel zu erreichen, wurden in den letzten Jahren mit AlphaBio Control und HitecVision verschiedene Kooperationen abgeschlossen.

Zudem bestätigt ENI auch in diesem Jahr seine Führungsrolle bei der Herangehensweise an Menschenrechte und steht an erster Stelle unter den 199 Unternehmen, die 2020 vom Corporate Human Rights Benchmark (CHRB) bewertet wurden, ex aequo mit nur einem anderen Unternehmen.

CHRB ist ein international anerkannter Maßstab, der die Menschenrechtsleistung von Unternehmen gemäß den Leitprinzipien der vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte (UNGP) bewertet. Jährlich werden die weltweit größten Unternehmen in den Bereichen Bergbau, Landwirtschaft, Bekleidung und IKT verglichen, wobei die Richtlinien, Governance, Prozesse und Praktiken berücksichtigt werden, die zur Systematisierung ihres Menschenrechtsansatzes und der Reaktion auf Vorwürfe von Verstoß.

Hier auch ein Statement von Claudio Descalzi, CEO von ENI S.p.A.: „Dieses Ergebnis bestätigt unser Engagement für die Achtung der Menschenrechte. Diesen Prozess haben wir in unsere Firmenstruktur integriert, um allen Personen Zugang zur Energie zu gewähren, die Umwelt zu schützen und die Kluft zwischen den Ländern zu verringern“.

Wohlwissend, dass die Herstellung sowie der Transport von Treibstoff auch seine Schattenseite haben wird, wissen wir aufgrund der Bewertung der CHRB, dass ENI S.p.A. (Italy) nicht gegen die Menschenrechte verstößt.

Lieferant Asfinag

ASFINAG setzt sich zudem seit mehreren Jahren dafür ein in der Lieferkette Grundsätze der Nachhaltigkeit einzuführen. Anbei ein Auszug der ASFINAG:

In den vergangenen Jahren setzte die ASFINAG mehrere Schritte, um auch in der Lieferkette Grundsätze der Nachhaltigkeit einzuführen.

Darüber hinaus wurde das Thema Innovation in der Lieferkette auch 2019 weiter gestärkt. Mit einer ASFINAG Open Innovation Challenge zum Thema „Entfernung verlorener Gegenstände von der Fahrbahn“ wurden neue Erkenntnisse zur Reduzierung des Gefahrenpotentials auf unseren Straßen gesammelt

*Lieferant*innen werden hinsichtlich sozialer Kriterien wie z.B. Sicherstellung der Arbeitssicherheit auf Baustellen, Vorhandensein eines Baustellenausweises für alle Bauarbeiterinnen und -arbeiter, Beschäftigung von älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern, Lehrlingen oder Fachkräften, etc. analysiert.*

Als wichtige Kernstrategie ist hier auch die Strategie zur Nachhaltigkeit, Ökologisierung und Klimaschutz verankert und wird von einem eigenen Strategie Owner verantwortet. Als Handlungsfelder rücken dadurch unter anderem die Themen Biodiversität, Energiemanagement, Ressourcenschonung, Lärmschutz und Dekarbonisierung verstärkt in den Fokus der Strategiearbeit. Neben diesen Handlungsfeldern steht natürlich weiterhin ein hoch verfügbares Autobahnnetz auf unserer Agenda.

Für den Nachhaltigkeitsbericht wurde keine zusätzliche externe Überprüfung vorgenommen. Allerdings wird das gesamte Nachhaltigkeitsmanagement inklusive der Berichterstattung jährlich von ISS-oekom analysiert und beurteilt. Im Jahr 2018 wurde die ASFINAG im ISS-oekom Corporate Rating mit C+ bewertet und erreichte damit als einziger Autobahnbetreiber weltweit zum zweiten Mal in Folge den Prime Status.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Wir unterstützen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei ihrer beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung und ihrem Wohlbefinden durch umfassende Maßnahmen in den Bereichen Bildung, Gesundheit & Sicherheit, Karenzunterstützung und Diversitäts-Management.

2019 wurden an ausgewählten Standorten freiwillige Voraudits für die Einführung eines Managementsystems nach ISO 45001 für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit (SGA-MS) durchgeführt, mit dem Ergebnis, dass alle gesetzlichen Verpflichtungen im Arbeitnehmerschutz eingehalten und die unternehmensinternen Anforderungen weitgehend erfüllt werden. Die Entscheidung über die Einführung der ISO 45001 ist jedoch noch ausständig

Das Qualitätsmanagement der ASFINAG ist nach ISO 9001 zertifiziert, IT Services nach ISO/IEC 20000.

Kennzahlen

Lieferanten	Dienstleistung/ Material	% vom Einkaufsvolumen
Passuello	Diesel	36,97%
Evobus	Ersatzteile	6,86%
Asfinag	Autobahn	3,65%
Autoindustriale	Ersatzteile- Reparatur	3,13%
Reifen Jais	Reifen	0,94%
Vodafone	Mobiltelefon	0,80%
Elas	Lohnbüro	0,45%
Heiss	Wirtschaftsberater	0,40%
Fiorese	Ad Blue	0,28%
Münz	Berufsbekleidung	0,12%
Gross Gregor	Werkstatt	0,09%
Fremdleistungen		
Domanegg	Dienstleistung	0,89%
Gröden Reisen	Dienstleistung	0,87%
Taferner	Dienstleistung	0,15%
Pizzinini	Dienstleistung	0,13%

Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen	55,73 %
Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden	62 %

Bewertungsstufen

Wir haben einige wesentliche Lieferant*innen hinsichtlich ihrer Arbeitsbedingungen überprüft. Dies haben wir durch Internetrecherche, bzw. Anrufe bei den Lieferant*innen eruiert. Bei einigen Lieferant*innen konnten wir uns auch persönlich vor Ort bzgl. der vorherrschenden Arbeitsbedingungen überzeugen.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Für die Rebilanzierung nehmen wir uns vor unsere Lieferant*innen konkret mit einem Fragebogen zu konfrontieren, in dem wir sie bitten ihr eigenes Unternehmen und ihre Zulieferer in Bezug auf die Kriterien der GWÖ zu hinterfragen.

A1.1 - VERLETZUNG DER MENSCHENWÜRDE IN DER ZULIEFERKETTE

Die Beurteilung der Einhaltung der Menschenwürde über die gesamte Zulieferkette ist uns derzeit noch nicht möglich. Der Aufwand für die dazu notwendigen Nachforschungen ist enorm. Daher stützen wir unsere Einschätzung, wo immer es möglich ist, auf die von unseren Lieferant*innen vorgelegten Zertifizierungen oder persönliche Besuche und damit einhergehenden Einschätzung. Doch selbst dann haben wir uns nur von der Einhaltung der Menschenwürde in den unmittelbar vor uns liegenden Stufen der Zulieferkette überzeugt und nicht bis ganz zum Ursprung.

Aus diesem Grunde geben wir uns bei diesem Aspekt 5 Minuspunkte. Da der Gesamtnutzen unseres Unternehmens für das Gemeinwohl und die Natur jedoch überwiegend positiv ist, setzen wir die Negativpunkte gering an.

A1 - Menschenwürde in der Zulieferkette	erste Schritte
erreichte Punktezahl A1	0 von 68

A2 - SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

Unternehmen haben Mitverantwortung, entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten untereinander einzufordern sowie aktiv zu fördern. Jedes Unternehmen kann sich über die sozialen Risiken und mögliche Missstände in der Lieferkette informieren, seine Forderungen kommunizieren und entsprechende Kaufentscheidungen treffen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Seit vielen Jahren haben wir ein Augenmerk darauf, dass unsere Lieferant*innen wo möglich aus der Region kommen, damit die Wertschöpfung in der Region bleibt. Auch achten wir darauf, dass unsere Lieferant*innen ihrerseits die Prinzipien von Solidarität und Gerechtigkeit in ihren Unternehmen und wo möglich auch in ihrer Zulieferkette achten. Es ist uns aber klar, dass dies für uns als Externe sehr schwer zu überprüfen ist. Wo möglich achten wir auf Zertifikate, welche geeignet sind die Qualität der Lieferant*innen zu untermauern.

Bei jenen Lieferant*innen, die Busleistungen für uns erbringen, achten wir darauf, dass diese penibel die Lenk- und Ruhevorschriften der Fahrer beachten. Dies ist für uns ein wichtiges Anliegen, da die Sicherheit der Fahrgäste und der Mitarbeiter*innen an erster Stelle steht.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Zur Förderung eines fairen und solidarischen Umgangs untereinander ist es uns z.B. ein wichtiges Anliegen, dass wir mit unseren Partner*innen in Bezug auf Zahlungen fair umgehen: die Einhaltung der vereinbarten Zahlungsziele ist für uns sehr wichtig. Nur so kann auch gewährleistet werden, dass unsere Lieferant*innen ihrerseits in die Lage versetzt wird, auch ihre Lieferant*innen und ihre Mitarbeiter*innen pünktlich zu bezahlen.

Bei den Preisverhandlungen versuchen wir nicht immer bis auf den letzten Cent zu verhandeln – wir leben hier das Motto: leben und leben lassen!

Aus diesem Grund pflegen wir eine Vielzahl von jahrzehntelangen Geschäftsbeziehungen. So z.B. mit unserem Wirtschaftsberater: wir können bei ihm zwar keine Zertifikate vorfinden, aber wir kennen ihn schon seit Jahrzehnten und somit auch persönlich ziemlich gut. Aus diesem Grund können wir bestätigen, dass er mit seinen Mitarbeiter*innen und seinen Partner*innen einen fairen und solidarischen Umgang pflegt. Aufgepasst, hier geht es um die Lieferant*innen, nicht um die Mitarbeiter*innen

Bei einigen unserer Lieferant*innen haben wir folgende Zertifikate eruiert:

Generali TORO

Auszug aus dem **Ethik-Kodex**

Quelle: <https://www.generali.com/it/our-responsibilities/responsible-business/code-of-conduct>

“Negli ultimi anni il Gruppo Generali ha deciso di rafforzare il proprio impegno sui temi della responsabilità sociale, decisione che si è estrinsecata anche nell’adesione a talune iniziative internazionali quali il Global Compact, i Principles for Responsible Investment dell’ONU e il Carbon Disclosure Project. Sono state inoltre definite la Politica Ambientale di Gruppo e i principi in materia di diritti umani, cui fa riferimento il Codice di Condotta e, in relazione ad entrambi, sono stati identificati specifici rischi e opportunità collegati alla gestione dei rapporti con i partner contrattuali.

È sorta quindi l’esigenza di comunicare ai fornitori/appaltatori l’approccio di Generali ai temi maggiormente rilevanti in campo socio-ambientale, portando a loro conoscenza le regole che il Gruppo si è dato. La creazione di una rete di relazioni duratura e reciprocamente soddisfacente con fornitori/appaltatori qualificati, ai fini di mantenere sempre elevata la qualità dei prodotti e servizi, rappresenta per il Gruppo un obiettivo strategico e una fonte di successo competitivo.

” Whistleblowing “

Vogliamo che le persone si sentano libere di chiedere chiarimenti e di segnalare situazioni potenzialmente critiche.

Garantiamo la massima riservatezza e tuteliamo da azioni inique e ritorsioni chiunque abbia segnalato dubbi etici in buona fede o collaborato nelle indagini avviate a seguito di una segnalazione. Le ritorsioni sono considerate violazioni del nostro Codice e punite con sanzioni che, nei casi più gravi, possono arrivare alla cessazione del rapporto di lavoro. Oltre a queste garanzie, analizziamo anche segnalazioni anonime, laddove la legge lo permette.

Nel 2018 sono state effettuate tramite la nostra helpline 136 segnalazioni. Di queste, 57 (42%) finora sono risultate fondate e hanno comportato l’adozione di misure disciplinari, la cessazione del rapporto di lavoro o la risoluzione dei contratti, a seconda della parte coinvolta (dipendente/business partner) e della gravità del fatto. In particolare, 67 segnalazioni hanno riguardato comportamenti aziendali, 42 atti di discriminazione e simili, 12 riguardavano il canale distributivo, 8 la data protection, 1 la corruzione e 6 altre tipologie di violazioni.

Un numero contenuto di episodi fraudolenti commessi da dipendenti o business partner delle nostre società è stato anche diversamente intercettato e gestito.

Segnalazione di violazioni (whistleblowing)

Noi incoraggiamo le persone a segnalare eventuali problemi su qualsiasi cosa che ritengono essere in violazione del nostro Codice:

- via posta: Group Compliance - Business Integrity - Via Machiavelli, 3, 34132 Trieste.
- via i numeri di telefono gratuiti o webform per tutti i Paesi in cui opera Generali disponibili qui: www.compliancehelpline.generali.com.

Per informazioni dettagliate sulla gestione delle segnalazioni si veda il "Processo per la gestione delle segnalazioni"

Evobus

Quelle: <https://www.evobus.com/evobus-gmbh-deutsch/layer/nachhaltigkeit-bei-der-evobus/>

„Wir sind der Überzeugung, dass nur anständiges Wirtschaften uns dauerhaft erfolgreich macht und streben danach, Werte wie Fairness und Offenheit fest in unserer Unternehmenskultur zu verankern. Dies beinhaltet auch, dass unsere Mitarbeiter durch sogenannte Whistle-Blowing-Mechanismen schwere Regelverstöße und grobes Fehlverhalten anonym und ohne Angst vor arbeitsrechtlichen oder sonstigen Konsequenzen melden können. Ein weiteres wichtiges Thema ist die Einhaltung und Förderung von Menschenrechten in unseren Produktionsstätten und in unserer Lieferkette. „

„Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter setzen weltweit ihre Tatkraft und ihr Können ein, um zum Erfolg des Unternehmens beizutragen. Um den individuellen Lebensumständen aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Rechnung zu tragen, fördern wir Vielfalt und Chancengleichheit - dazu gehört unter anderem die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Unsere familienbewusste Personalpolitik wurde mit dem Audit-Zertifikat der beruf und familie gGmbH anerkannt.“

„Für uns ist integrires Verhalten die Voraussetzung für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit. Nur gemeinsam mit unseren Geschäftspartnern können wir unsere ethischen Grundsätze wahren und nachhaltig erfolgreich sein. Deshalb informieren wir auch unsere Partner umfassend über Integrität.“

Kennzahlen

Roh- Hilfs- und Betriebsstoffe, Dienstleistungen	
Anzahl überprüfter Lieferanten	12 von 190
überprüftes Volumen	3,20%
zertifiziertes Volumen	0,00%
Finanzdienstleistungen (Versicherungen, Mitarbeitervorsorgekassen, Banken, etc.)	
Anzahl überprüfter Finanzdienstleister	3 von 6
überprüftes Volumen	0,40%
zertifiziertes Volumen	0,00%
Investitionen	
Anzahl überprüfter Lieferanten	1 von 6
überprüftes Volumen	0,00%
zertifiziertes Volumen	0,00%

Bewertungsstufen

Das Unternehmen verschafft sich erste Informationen zu Risiken und Missständen bzgl. Solidarität und Gerechtigkeit entlang der Zulieferkette. Zudem verschafft sich das Unternehmen bei Lieferant*innen in der Region immer auch eine persönliche Meinung.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Wir werden in Zukunft aktiv und systematisch die Lieferkette auf Risiken und Missstände überprüfen und weiterhin vor allem dort einkaufen wo wir uns in Bezug auf faire und solidarische Arbeitsbedingungen sicher sein können.

A2.1 - AUSNUTZUNG DER MARKTMACHT GEGENÜBER LIEFERANT*INNEN

Die Beurteilung der Einhaltung der Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette über die gesamte Zulieferkette ist uns derzeit noch nicht möglich. Der Aufwand für die dazu notwendigen Nachforschungen ist enorm. Daher stützen wir unsere Einschätzung, wo immer es möglich ist, auf die von unseren Lieferant*innen vorgelegten Zertifizierungen oder persönliche Besuche. Doch selbst dann haben wir uns nur von der Einhaltung der Solidarität und Gerechtigkeit in den unmittelbar vor uns liegenden Stufen der Zulieferkette überzeugt und nicht bis ganz zum Ursprung.

Ziel der Gemeinwohlökonomie muss es sein, dass jedes Glied in der Zulieferkette seine unmittelbaren Vorlieferanten entsprechend evaluiert und dazu anhält die Solidarität und Gerechtigkeit einzuhalten. Dieser Aufgabe gehen wir mit großer Ernsthaftigkeit nach. Daher geben wir uns hier keine Negativpunkte, auch wenn wir nicht mit 100% Sicherheit behaupten können, dass in der gesamten Zulieferkette unserer wesentlichen Lieferant*innen keinerlei Menschenrechtsverletzungen vorkommen.

A2 - Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	erste Schritte
erreichte Punktezahl A2	7 von 68

A3 - ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT IN DER ZULIEFERKETTE

Jedes Unternehmen ist mit Umweltauswirkungen in der Zulieferkette konfrontiert und kauft diese mit den bezogenen Rohwaren, Produkten und Dienstleistungen mit ein. Unternehmen sind daher für die ökologische Nachhaltigkeit in ihrer Zulieferkette mitverantwortlich. Das Ziel ist es, zur Reduktion der Umweltauswirkungen in der gesamten Zulieferkette beizutragen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Wir wissen, dass unsere größten Lieferant*innen (Diesel und Busse) hohe Umweltauswirkungen haben. Gleichzeitig stellen wir aber fest, dass durch den Einsatz unserer Busse, samt negativer Auswirkungen derselben, viel Individualverkehr reduziert werden kann und deshalb die Gesamtbilanz des Personentransportes in Bussen positiv ist.

Eine ausdrückliche Evaluation der ökologischen Risiken in der Zulieferkette erfolgte bisher nicht.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Bei Neukauf von Bussen werden immer jene Busse mit der aktuell höchsten Euro-Norm angekauft (aktuell bei Bussen Euro VI, bei PKW Euro 6 d). So haben wir in der Vergangenheit sowohl den ersten Euro IV als auch den ersten Euro VI Bus Italiens in den Dienst gestellt.

Beim Einkauf der Reinigungsmittel achten wir darauf, nur jene Produkte zu kaufen, welche das eco-label aufweisen.

Beim unserem Hauptlieferant der Busse und Ersatzteilen haben wir folgendes gefunden:

Evobus

„Wir achten nicht nur auf einen möglichst ökologischen und gleichzeitig ökonomischen Betrieb unserer Busse, sondern legen ebenso viel Wert auf umweltbewusste Produktion und Fahrzeugentwicklung. Negative Auswirkungen unserer Tätigkeit verringern wir mithilfe wirkungsvoller Umweltmanagementsysteme und modernster Technologien. So schonen wir wertvolle Ressourcen und tragen zur Erhaltung einer lebenswerten Umwelt bei. Über die Zertifizierung der Umweltmanagementsysteme nach ISO 14001 hinaus beteiligen sich die deutschen Produktionsstandorte in Neu-Ulm und Mannheim freiwillig am europäischen Öko- Audit-System (EMAS). Die von unabhängigen Gutachtern validierten Umwelterklärungen der Standorte (Neu-Ulm/Mannheim) enthalten alle wichtigen standortbezogenen Umweltdaten, Umweltziele, Maßnahmen und Umsetzungsstände. Darüber hinaus sind die Umwelt- und Energieleitlinien der Daimler AG ein verbindlicher Maßstab für unser Handeln.“

Kennzahlen

Roh- Hilfs- und Betriebsstoffe, Dienstleistungen	
Anzahl überprüfter Lieferanten	5 von 190
überprüftes Volumen	16,00%
zertifiziertes Volumen	5,92%
Finanzdienstleistungen (Versicherungen, Mitarbeitervorsorgekassen, Banken, etc.)	
Anzahl überprüfter Finanzdienstleister	1 von 6
überprüftes Volumen	0,00%
zertifiziertes Volumen	0,00%
Investitionen	
Anzahl überprüfter Lieferanten	1 von 6
überprüftes Volumen	51,20%
zertifiziertes Volumen	0,00%

Bewertungsstufen

Gesetzliche Vorschriften werden eingehalten. Darüber hinaus gibt es keine Evaluierung der Lieferant*innen nach ökologischen Auswirkungen.

Zugekaufte Produkte/Dienstleistungen werden auf ökologische Risiken/Auswirkungen geprüft und ökologisch höherwertige Alternativen werden gesucht. Erste Ausschlusskriterien im Einkauf werden eingehalten.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Für die Zukunft werden wir uns mit neuen Technologien auseinandersetzen. Dazu gehört die Evaluierung des Einsatzes von Wasserstoff- und/oder Elektrobussen. Dabei werden wir uns aber auch im Einkauf die Frage stellen müssen, was am Ende ihrer Einsatzzeit mit den Batterien geschieht. Wir verfolgen deshalb zurzeit verschiedene Studien zum Wiedereinsatz von Batterien z.B. in Gabelstaplern und anderen Geräten bei denen alte, gebrauchte Batterien noch einen guten Dienst leisten können.

A3.1 - UNVERHÄLTNISSMÄßIG HOHE UMWELTAUSWIRKUNGEN IN DER ZULIEFERKETTE

Die Beurteilung, dass bei uns keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen über die gesamte Zulieferkette ist uns derzeit noch nicht möglich. Der Aufwand für die dazu notwendigen Nachforschungen ist enorm. Daher stützen wir unsere Einschätzung, wo immer es möglich ist, auf die von unseren Lieferant*innen vorgelegten Zertifizierungen oder persönliche Besuche. Doch selbst dann haben wir uns nur von der Situation in den unmittelbar vor uns liegenden Stufen der Zulieferkette überzeugt und nicht bis ganz zum Ursprung.

Ziel der Gemeinwohlökonomie muss es sein, dass jedes Glied in der Zulieferkette seine unmittelbaren Vorlieferanten entsprechend evaluiert und dazu anhält die entsprechenden Kriterien einzuhalten. Dieser Aufgabe gehen wir mit großer Ernsthaftigkeit nach.

Daher geben wir uns hier keine Negativpunkte, auch wenn wir nicht mit 100% Sicherheit behaupten können, dass in der gesamten Zulieferkette unserer wesentlichen Lieferant*innen keinerlei Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen, vorkommen.

Um unsere Dienstleistung produzieren zu können, benötigen wir zum einen Produkte welche aus Mineralöl hergestellt werden (Diesel, Öle, Reifen), zum anderen benötigen wir Busse, welche ihrerseits aus umweltschädlichen Materialien hergestellt werden (Stahl, Carbon Fasern, Kunststoff, usw). Da es zurzeit aber keine Alternativen zu diesen Materialien gibt, können wir hier im Moment auch nichts verändern.

Wir beobachten aber den Markt der emissionsarmen Fahrzeuge und werden auf diese Fahrzeuge umstellen sobald die Technik dafür reif ist und die Investitionskosten überschaubar sind.

A3 – Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	fortgeschritten
erreichte Punktezahl A3	20 von 102

A4 - TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG IN DER ZULIEFERKETTE

Unternehmen haben die Mitverantwortung, entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten untereinander einzufordern und aktiv zu unterstützen. Jedes Unternehmen kann sich über entsprechende Risiken und mögliche Missstände in der Zulieferkette informieren, Forderungen kommunizieren und Kaufentscheidungen treffen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Als kleines, mittelständisches Unternehmen haben wir in der Zulieferkette nur begrenzt Einfluss. Bei kleinen Lieferant*innen in der Region, bei welchen wir aber ein wichtiger Kunde sind, legen wir Wert auf einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander.

Sollten wir z.B. bei einem unserer Buspartner Missstände vorfinden, werden wir den Lieferanten nicht mehr beauftragen und uns einen neuen Partner suchen.

Kennzahlen

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt	0 %
Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.	0%

Bewertungsstufen

Gesetzliche Vorschriften werden eingehalten. Darüber hinaus verschaffen wir uns erste Informationen zu Risiken und Missständen bzgl. Transparenz und Mitentscheidung entlang der Zulieferkette.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Für die Zukunft werden wir bei den Einkäufen vermehrt darauf achten, dass Produkte und Rohwaren ein entsprechendes Label tragen.

A4 – Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	Basis
erreichte Punktezahl A4	0 von 34

B - EIGENTÜMER*INNEN UND FINANZPARTNER*INNEN

B1 - ETHISCHE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

Eine werte- und gemeinwohlorientierte Haltung versteht Geld nicht als Hauptziel, sondern nur als Mittel des Zahlungsverkehrs. Wichtig im Umgang mit Geld ist die Achtung der Menschenwürde vor finanziellen Interessen. Hohe Ausstattung mit Eigenmitteln bedeutet finanzielle Unabhängigkeit und schützt das Unternehmen vor unerwünschten externen Einflüssen. Jede Kreditaufnahme ist ein Versprechen auf eine Steigerung der Wertschöpfung, um Zinsen und Rückzahlung leisten zu können. Fremdmittel sollten aus solidarischen Quellen oder von Ethikbanken stammen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Das Unternehmen wird in zweiter Generation geführt und ist zu 100 % in Familienbesitz. Seit jeher sind wir darauf bedacht die Gewinne im Unternehmen zu belassen um ein großes Eigenkapital-Polster zu haben. Somit reduzieren wir die Abhängigkeit von Bankinstituten.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Eigenmittel, bzw. Aufbau von Eigenkapital, erreichen wir damit, dass die Gewinne im Unternehmen bleiben. Somit statten wir das Unternehmen mit ausreichend Eigenkapital aus, um auch in schwierigen Zeiten ein entsprechendes Polster zu haben. Somit vermeiden wir weitgehendst Finanzrisiken. Durch die Zusammenarbeit mit ausschließlich lokalen Banken stellen wir sicher, dass zum einen die Wertschöpfung in der Region bleibt, zum anderen sind vor allem die lokalen Bank sehr im Sozialwesen engagiert und geben dafür Beträge in mehreren Hunderttausend Euro aus. Die Raiffeisenbank bietet zudem auch eigene Finanzierungen über „Ethical Banking“ an.

Unsere Hausbank „Raiffeisenkasse Kastelruth – St. Ulrich“ verfügt über sehr hohe Einlagen welche allesamt aus der Region stammen und verfügt zudem über ein hohes Eigenkapital. Dies gibt der Bank Stabilität und somit auch unserem Unternehmen. Die Raiffeisenkasse Kastelruth – St. Ulrich engagiert sich jährlich mit einem Betrag zwischen € 600.000 - € 700.000 im sozialen Bereich. Dazu gehörten Unterstützungen für das örtliche Ehrenamt wie z.B. Feuerwehr, Theatervereine, Musikkapellen, Sportvereine, aber auch Unterstützungen für die lokale Wirtschaft durch Beiträge an die Tourismusvereine. Besonders am Herzen liegt der Raiffeisenkasse die Unterstützung sozialer Projekte wie dem Vinzenzverein oder auch generell Unterstützungen für in Not geratene Familien.

Kennzahlen

Anteil Eigenkapital	70 %
Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche	30 %

Bewertungsstufen

Das Eigenkapital (inkl. stiller Reserven aufgrund der schnellen Abschreibung bei den Bussen und inkl. der bereits getätigten Leasingzahlungen der verschiedenen Hallen) überschreitet den Branchendurchschnitt beachtlich.

Über die Beziehung des Großteils der Kredite über die Raiffeisenbank unterstützen wir indirekt das Gemeinwesen in unserer Heimatregion.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Die Stärkung des Eigenkapitals ist auch weiterhin die starke Ausrichtung der Unternehmerfamilie. Mit der Raiffeisenbank werden wir auch weiterhin ethisch-nachhaltige Finanzierungsmöglichkeiten eruieren.

B1 – Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	erfahren
erreichte Punktezahl B1	9 von 23

B2 - SOZIALE HALTUNG IM UMGANG MIT GELDMITTELN

Ein zentrales Ziel ist das Erreichen von Fairness gegenüber allen Berührungsgruppen. Die Ausgaben des Unternehmens werden dabei zu „Einkommen“ der Lieferant*innen, Mitarbeitenden und der Gesellschaft. Bei der Verwendung des verbleibenden Mittelüberschusses stehen der Einsatz für das Weiterbestehen und die Weiterentwicklung des Unternehmens und die Bildung notwendiger Risikorücklagen im Vordergrund. Eine Ausschüttung von Kapitalertrag sollte erst nach ausreichender Zukunftsvorsorge erfolgen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Fairness spielt bei uns eine große Rolle: da wir wollen, dass wir fair behandelt werden, behandeln wir auch alle unseren Berührungsgruppe fair.

Bei den Lieferant*innen ist es uns wichtig die vereinbarten Zahlungsziele einzuhalten – darauf legen wir sehr großen Wert. Sollte ein Lieferanten die Möglichkeit eines Rabattes für „Zahlung bei Sicht“ gewähren, nutzen wir immer diese Möglichkeit.

Unseren Mitarbeiter*innen greifen wir bei Engpässen auch unter die Arme und strecken Teile der Abfertigung vor, bzw. strecken auch die Lohnausgleichskasse vor, damit die Mitarbeiter*innen nicht monatelang auf das Geld des sozialen Fürsorgeinstituts warten müssen.

Bei Trauerfällen in der Belegschaft verzichten wir auf Zeitungsanzeigen, spenden das Geld aber an einen gemeinnützigen Verein.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Da die Gewinne nicht ausgeschüttet werden, sind wir in der Lage bedeutende Zukunftsausgaben zu tätigen. Dazu gehört die Erweiterung der Betriebshalle mit einem Flugdach für die PKW, laufende Investitionen in Digitalisierung und technischer Ausstattung (Erneuerung der Hardware in den Büro's, Telematik-System in den Bussen), Diversifizierung der angebotenen Dienstleistungen wie das Portal www.suedtiroltransfer.com, Ausbau der Betriebswohnungen, um den nicht in Südtirol ansässigen Fahrern eine angenehme Unterkunft bieten zu können.

Die Ansprüche an Kapitalerträge von Seiten der Unternehmerfamilie sind bescheiden – eine ansprechende Verzinsung ist vollkommen ausreichend und das gesamte Handeln im Unternehmen ist nicht auf Gewinnmaximierung ausgerichtet.

Kennzahlen

In TSD €

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben	880
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben	114
Anlagenzugänge	657
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)	109
Auszuschüttende Kapitalerträge	0

Bewertungsstufen

Kapitalerträge werden nur sehr beschränkt ausgeschüttet, bzw. nur im Ausmaß des „Unternehmerlohns“. Dafür wird keine Neuverschuldung aufgenommen, sondern dies geschieht ausschließlich mit erwirtschafteten Gewinnen.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Wir werden auch in Zukunft darauf achten über genügend Eigenkapital zu verfügen. Dies gibt nicht nur der Unternehmerfamilie, sondern auch den Mitarbeiter*innen Sicherheit in einem gesunden und breit aufgestellten Unternehmen arbeiten zu können.

B2.1 - UNFAIRE VERTEILUNG VON GELDMITTELN

Wir bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt.

B2 – Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	vorbildlich
erreichte Punktezahl B2	45 von 45

B3 - SOZIAL-ÖKOLOGISCHE INVESTITIONEN UND MITTELVERWENDUNG

Die Transformation zu einer ökologisch nachhaltigen Gesellschaft verlangt die Berücksichtigung ökologischer Aspekte bei allen Investitionen, insbesondere die gezielte Umlenkung von Finanzflüssen zu ökologisch stark wirksamen Investitionen. Ebenso können Veranlagungen direkt in sozial-ökologische Projekte oder über Finanzdienstleister*innen erfolgen. Oft gehen die Wirkungen in beide Richtungen, sowohl sozial als auch ökologisch, daher können sie gemeinsam betrachtet werden.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Da wir vor allem in Busse investieren, hat dies natürlich sozial-ökologische Auswirkungen. Die Busse werden derzeit alle mit Diesel betrieben – wir werden hier aber in absehbarer Zukunft auf emissionsfreie Busse umstellen. Somit reduzieren wir die Auswirkungen dieser Investitionen, bzw. leisten über unsere Dienste im öffentlichen Nahverkehr ja einen großen Beitrag zur Verkehrsreduzierung.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Für das Wohl unserer Mitarbeiter*innen haben wir verschiedene Investitionen getätigt. Dazu gehören die großen, modernen Aufenthaltsräume in den Hallen in Seis und Bozen mit Couch, Küche, TV, Cafemaschine, Ausbau der Betriebswohnungen und Ersatz von abgenutzten Fahrersitzen in den Bussen mit neuen komfortablen Sitzen.

Für unser Dach in der Halle Seis sind wir in Kontakt mit einem Imker, um die Möglichkeit zu eruieren, auf dem Dach einen Bienenstand einzusetzen.

Kennzahlen

in TSD €

Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf	2667 – 100 %
Realisierung der ökologischen Investitionen	667 - 25 %
Finanzierte Projekte	0
Fonds-Veranlagungen	0

Bewertungsstufen

Durch den Austausch älterer Busse (Euro Normen III) mit neuen Bussen der Euro VI schaffen wir eine deutliche Verbesserung der sozial-ökologischen Auswirkungen im Unternehmen. Zudem wird außerhalb der Hochsaison darauf geachtet, dass vor allem Busse der Emissionsklasse VI eingesetzt werden. Durch den niedrigen Verbrauch ist dies gut für das Unternehmen und gleichzeitig durch die Beste auf dem Markt verfügbare Euro-Norm auch gut für die Umwelt.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Für unser Dach in der Halle Seis sind wir in Kontakt mit einem Imker, um die Möglichkeit zu eruieren, auf dem Dach einen Bienenstand einzusetzen.

B3.1 - ABHÄNGIGKEIT VON ÖKOLOGISCH BEDENKLICHEN RESSOURCEN

Wir bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut oder dass zumindest eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird.

B3 - Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	erfahren
erreichte Punktezahl B3	18 von 45

B4 - EIGENTUM UND MITENTSCHEIDUNG

Ein Unternehmen lebt vom gemeinsam getragenen Sinn der unternehmerischen Tätigkeit, dem daraus entwickelten gemeinsamen Zukunftsbild und guter Zusammenarbeit. Dies gelingt vor allem durch gemeinsames Entscheiden, Mitgestalten und damit Mitverantworten – am besten durch Mitunternehmerschaft. Dieses Ziel kann durch eine passende Rechtsform unterstützt werden, die das Übernehmen oder Übertragen von Eigentumsanteilen im Sinne echter Mitunternehmerschaft erleichtert.

Haltung des Unternehmens zum Thema

In unserem Unternehmen wird großen Wert auf die Meinungen der Mitarbeit*innener gelegt. Deshalb haben wir bereits vor Jahren ein System eingeführt, mit welchem die Mitarbeiter*innen ihre Verbesserungsvorschläge einbringen können. Diese werden von der Geschäftsleitung bewertet und die Mitarbeiter*innen werden über die Entscheidung der Umsetzung, bzw. Nichtumsetzung informiert.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Mitentscheiden bedeutet aber in unserem Unternehmen nicht „Mitbesitz“. Das Unternehmen wird in zweiter Generation geführt und eine Einbindung der Mitarbeiter*innen als Miteigentümer ist nicht vorgesehen.

Das Unternehmen steht zu 100 % im Besitz der Unternehmerfamilie welche somit mit ihrem Vermögen haften und das Risiko zu 100 % tragen.

Im Jahr 2017 wurde die Übergabe des Unternehmens notariell über einen Familienvertrag geregelt. Somit konnte man etwaigen Streitigkeiten zwischen den Erben vermeiden und es gab eine für alle gerechte Aufteilung des Familienbesitzes.

Kennzahlen

Lfd. Nr.	Anzahl tatsächl. Eigentümern	Potentielle Eigentümer	Kapitalanteil in %
1	2	Unternehmer*innen	100 %
2		Führungskräfte	%
3		Mitarbeiter*innen	%
4		Kunden	%
5		Lieferanten	%
6		Weiteres Umfeld	%
7		Nicht mittätige Kapital Investor*innen	%
		GESAMT	100 %

Bewertungsstufen

Da das Unternehmen im Familienbesitz bleiben soll ist eine Miteigentümerschaft nicht vorgesehen. Dafür setzen wir aber auf Mitentscheid der Mitarbeiter*innen. So werden z.B. Businvestitionen in Absprache mit erfahrenen Busfahrern getätigt, Investitionen in die Werkstatt erfolgen auf die Vorschläge des Werkstattleiters. Zudem leben wir seit Jahren ein System mit Verbesserungsvorschlägen über welches die Mitarbeiter ihre Ideen, Vorschläge aber auch Kritikpunkte vorbringen können.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Über die durchgeführten Umfragen über GPTW (Great Place To Work) konnten wir einige Ideen der Mitarbeiter*innen sammeln. Für die Hauptthemen werden Projektgruppen gebildet in welchen auch Mitarbeiter*innen sämtlicher Bereiche vertreten sein werden. So werden diese Mitarbeiter*innen zukünftig noch mehr Mitentscheidung haben.

B4.1 - FEINDLICHE ÜBERNAHME

Wir bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

B4 - Eigentum und Mitentscheidung	fortgeschritten
erreichte Punktezahl B4	9 von 45

C - MITARBEITENDE

C1 - MENSCHENWÜRDE AM ARBEITSPLATZ

Gelebte Menschenwürde zeigt sich in einer mitarbeitenden orientierten Unternehmenskultur, die auf Respekt, Wertschätzung und Vertrauen aufbaut. Vielfalt in der Belegschaft wird als Chance gesehen und genutzt. Es wird ein gesundheitsförderndes Arbeitsumfeld geschaffen. Der Mensch steht im Mittelpunkt und wird nicht als Produktionsfaktor gesehen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Motivierte Mitarbeiter*innen stärken das Unternehmen und dessen Wettbewerbsfähigkeit. Mitarbeiter*innen sind die wohl wichtigste Ressource unseres Unternehmens. Die Fahrer*innen stehen täglich im direkten Kontakt mit unseren Fahrgästen und entscheiden darüber, ob die Kund*innen mit unserer Dienstleistung zufrieden sind oder nicht. Der beste Bus stellt die Kund*innen nicht zufrieden wenn der Fahrer unhöflich war. Daher leben wir das Motto:

Glückliche Mitarbeiter*innen machen Kunden*innen glücklich – und umgekehrt.

Den Mitarbeitern steht es frei einen Betriebsrat zu wählen, bzw. für verschiedene Themen ihre Vertreter auszuwählen (z.B. Wahl des Sicherheitssprechers, usw).

Die Menschenwürde spielt bei uns eine wichtige Rolle. Wir beurteilen die Menschen weder nach ihrem Geschlecht, ihrer Herkunft, weder nach ihrer Religion und auch nicht nach ihrer sexuellen Orientierung. In unserem Unternehmen wird jeder Mensch unabhängig von den oben genannten Punkten gleichbehandelt. Bei uns steht die Mitarbeiter*in als Mensch im Mittelpunkt.

Der manchmal auftretenden sozialen Spannungen innerhalb der Belegschaft in Bezug auf die Herkunft sind wir uns bewusst. Aus diesem Grund haben wir in unseren Unternehmenswerten die Menschenwürde und den Respekt untereinander aufgenommen – dies wird auch von der Unternehmerfamilie so vorgelebt.

Aus diesem Grund wird dieses Thema auch von der obersten Geschäftsleitung verfolgt.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Da wir uns der Wichtigkeit des Themas „Personal“ bewusst sind, haben wir im Jahr 2019 zusammen mit einer externen Personalberaterin ein großes Personalprojekt gestartet. Im Zuge dieses Projektes werden alle Themenbereiche eines modernen Personalmanagements bearbeitet.

Dazu gehört auch die klare Definition der Unternehmenskultur. Im Bereich Personal liegt uns hierbei vor allem „Vertrauen und Respekt“ am Herzen. Ein gemeinsames Arbeiten funktioniert nur durch gegenseitiges Vertrauen und Respekt. Dazu gehört auch, dass Eigentümer und Vorgesetzten allen den Mitarbeiter*innen auf Augenhöhe entgegentreten.

Im Bereich Arbeitsschutz haben wir bereits im Jahr 2011 das Arbeitssicherheitszertifikat BS OHSAS 18001 erhalten – dieses wird im Jahr 2020 auf die neue Iso-Norm 45001:2018 umgestellt.

Neben den gesetzlich vorgeschriebenen Auflagen haben wir aber auch noch eine Reihe weiterer freiwilliger Maßnahmen zum Thema Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz vorgesehen:

Dazu gehören z.B. die beiden Aufenthaltsräume in Seis und Bozen. In beiden Räumen können die Fahrer*innen während ihrer Dienstpause Ruhe und Entspannung finden. In den Räumen finden die Fahrer*innen eine Küche, einen Fernseher, Cafemaschine, Zeitungen, usw.

In unserem Unternehmen gibt es keine Diskriminierung: weder bei der Aufnahme der Mitarbeiter*innen noch bei der täglichen Arbeit. Wir stellen Mitarbeiter*innen auf Basis der Qualifikation und der Motivation ein und unterscheiden hier nicht nach Herkunft oder Geschlecht.

Dasselbe gilt auch bei der Entlohnung: wir haben seit über 10 Jahren ein Betriebsabkommen mit den Gewerkschaften. Hier sind klare Regeln für die Entlohnung und die jährliche Ergebnisprämie angeführt – so wird sichergestellt, dass alle Mitarbeiter*innen gleich behandelt werden.

Zudem nehmen wir auch Rücksicht auf die verschiedenen Anliegen unserer Mitarbeiter*innen: dazu gehören der Respekt der unterschiedliche Feiertage der verschiedenen Religionen, unterschiedliche Essgewohnheiten bei Firmenfeiern, u.v.m.

Kennzahlen

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	6,5 Jahre
Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeiter*innen dem bzw. nach Führungsebene	24 St.
Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen	5 Tage
Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle	0
Durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten	0

Bewertungsstufen

Durch die Erkennung der Wichtigkeit des Personals im Unternehmen wurde im Jahr 2019 ein großer Personalentwicklungsprozess gestartet. Über diesen Prozess haben wir bereits erste Maßnahmen zur Weiterentwicklung unserer Unternehmenskultur gesetzt. Dazu gehört auch die über GPTW (Great Place to work) durchgeführte Mitarbeiter*innenbefragung. Durch Analyse der Ergebnisse konnten wir wichtige Informationen sammeln.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Im Jahr 2020 werden in verschiedenen Arbeitsgruppen die wichtigsten Themen bearbeitet um damit weitere Maßnahmen zur Förderung einer mitarbeiterorientierten Unternehmenskultur zu schaffen.

Wir sind uns der ab und zu aufkommenden Spannungen innerhalb der Belegschaft in Bezug auf Herkunft/Religion bewusst.

Hier werden wir im Rahmen des Personalprojektes verschieden Maßnahmen setzen. Dazu gehört z.B. die Sensibilisierung der Mitarbeiter*innen für dieses Thema und konsequentes Vorleben von Seiten der Unternehmerfamilie und den Vorgesetzten. Eine angedachte Maßnahme ist die Umsetzung einer Mitarbeiter*innenzeitung – über diese können neue Mitarbeiter*innen vorgestellt und jeder fühlt sich Teil eines Teams zu sein.

C1.1 - MENSCHENUNWÜRDIGE ARBEITSBEDINGUNGEN

Wir bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

C1 - Menschenwürde am Arbeitsplatz	fortgeschritte
erreichte Punktezahl C1	14 von 45

C2 - AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE

Arbeitsverträge regeln die Zusammenarbeit zwischen Organisation und Mitarbeitenden. Die Ausgestaltung und Zuweisung von Ressourcen wie Verdienst, Zeit, Sicherheit oder Balance hat einen erheblichen Einfluss auf die Leistungsbereitschaft, das Sicherheitsempfinden und das Wohlergehen der Mitarbeitenden. Die individuelle Ausgestaltung der Arbeitsverträge bei gleichzeitiger und weitgehender Selbstbestimmung der Mitarbeitenden ist erklärtes Ziel.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Bereits im Jahr 2008 hat unser Unternehmen das erste Betriebsabkommen mit den Gewerkschaften abgeschlossen. Im Betriebsabkommen werden viele Bereiche geregelt welche im nationalen Kollektivvertrag unzureichend oder gar nicht geregelt sind. Durch dieses auf die Bedürfnisse der Firma und Mitarbeiter zugeschnittene Abkommen können die Arbeitsverträge an individuelle Bedürfnisse der Mitarbeiter*innen angepasst werden.

Da klare Regeln bestehen, sind die Arbeits- und Entlohnungsbedingungen für alle Mitarbeiter*innen gerecht gestaltet.

Lohnanpassungen einzelner Mitarbeiter*innen erfolgen somit nicht nach einem „Bauchgefühl“ oder gar Sympathie, sondern nach klar aufgestellten Kriterien. Somit sind sämtliche Entscheidungen objektiv nachvollzieh- und begründbar.

Im Unternehmen kümmert sich die Geschäftsleitung zusammen mit dem Personalverantwortlichen um dieses Thema.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Da der nationale Kollektivvertrag nicht den hohen Lebenshaltungskosten in unserer Region entspricht, ist im Betriebsabkommen eine pauschale Erhöhung des Bruttolohnes nach den verschiedenen Einstufungen vorgesehen. Somit wird sichergestellt, dass auch mit dem Einsteigerlohn den Mitarbeiter*innen eine angemessene Lebensgrundlage in unserer Region gewährleistet wird.

Die Mitarbeiter*innen erhalten in transparenter Art und Weise alle Möglichkeiten zur Verbesserung ihres Verdienstes aufgezeigt. Dazu gehört freiwillige Teilnahme an Weiterbildungskursen (z.B. Erlernung der Landessprachen), Mitteilung zur Bereitschaft für Feiertagsarbeit, u.v.m.

Die Arbeitszeiten werden über das Branchenprogramm erfasst. Die Mitarbeiter*innen sehen in der Planung die aktuellen Stunden der Mitarbeiter*in im jeweiligen Monat. So

können sie aktiv eingreifen um eine gleichmäßige Aufteilung der Stunden auf alle Mitarbeiter*innen zu gewährleisten.

Der nationale Kollektivvertrag sieht eine 6-Tage Woche vor. Den Mitarbeiter*innen geben wir aber die Möglichkeit sich für eine 6 oder 5 Tage Woche zu entscheiden. Damit der 5-Tage Woche aufgrund der geringeren Anzahl von Arbeitsstunden eine Gehaltsreduzierung einhergeht, haben wir uns im Jahr 2019 entschlossen den sog. „buono pasto“ in Höhe von € 5,29/Arbeitstag für alle Mitarbeiter*innen einzuführen. Dies entspricht einer Lohnerhöhung von ca. € 100/netto pro Monat und somit konnten wir diesem Verdienstausschlag bei der 5-Tage Woche entgegenwirken.

Die 5-Tage Woche bietet den Mitarbeiter*innen natürlich mehr Freizeit – somit gewährleisten wir auf Wunsch der Mitarbeiter*innen nach diesem Arbeitszeitmodell auch ihre Work-Life-Balance zu verbessern.

Kennzahlen

Höchst- und Mindestverdienst / Verdienstspreizung	3,2
Medianverdienst	1953
Standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“ (für alle Betriebsstandorte)	1500
Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden)	39
Tatsächlich geleistete Überstunden	3671

Bewertungsstufen

Wir gehen weit über die gesetzlichen-/kollektivvertraglichen Bestimmungen hinaus und bieten unseren Mitarbeiter*innen einen Lohn welcher den Lebenshaltungskosten in unserer Region entspricht.

Über das Betriebsabkommen und das Prämienmodell gewährleisten wir einen gerechten Lohn für alle und vor allem eine transparente Nachvollziehung der Einstufung der Mitarbeiter*in, ihres Lohnes, der Prämie oder eventueller Abzüge. Durch diese maximale Transparenz schaffen wir Vertrauen und Respekt.

Den Mitarbeiter*innen steht es zudem frei, sich für eine 6- oder 5-Tage Woche zu entscheiden. Das Unternehmen nimmt hierbei auch keinen Einfluss auf die Entscheidung der Mitarbeiter*in.

Dasselbe gilt bei den Überstunden und Feiertagen: die Mitarbeiter*innen haben die Möglichkeit sich für mehr Überstunden, bzw. freiwillige Feiertagsarbeit zu melden. Dadurch kann der Lohn um einiges aufgebessert werden.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Auch wenn schon Einiges umgesetzt wurde: es gibt noch viel zu tun. Das haben wir im Zuge des Personalprojektes und der Ergebnisse aus der Mitarbeiterbefragung erfahren. Zusammen mit verschiedenen Arbeitsgruppen werden wir verschiedene Themen angehen und gemeinsam mit den Mitarbeiter*innen eine kontinuierliche Verbesserung anstreben.

C2.1 – UNGERECHTE AUSGESTALTUNG DER ARBEITSVERTRÄGE

Wir bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

C2 – Ausgestaltung der Arbeitsverträge	fortgeschritten
erreichte Punktezahl C2	14 von 45

C3 - ÖKOLOGISCHES VERHALTEN DER MITARBEITENDEN

Pionierunternehmen sind wesentliche Multiplikatoren zur Stärkung des ökologischen Bewusstseins der Mitarbeitenden. Daher kommt der Vorbildfunktion und der Anreizpolitik von Unternehmen zur Förderung des ökologischen Bewusstseins und Verhaltens im beruflichen Alltag der Mitarbeitenden eine Schlüsselrolle zu.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Die angebotenen Eco-Drive Kurse sind wichtige Maßnahmen um ökologisch nachhaltige Handlungsweisen der Mitarbeiter*innen zu fördern. Dazu gehört vor allem das Bilden des Verständnisses, dass ihre Handlungen im Bus immer Konsequenzen für die Umwelt haben. Dazu gehört nicht nur die Fahrpraxis wie z.B. vorausschauendes Fahren, sondern dazu gehört eben auch das generelle Verständnis wie z.B. Ausschalten des Motors bei Wartepausen an den Haltstellen, Mülltrennung bei der Reinigung des Busses, u.v.m.

Die Reinigungskräfte wurden im Zuge der Umsetzung der CAM-Bestimmungen (criteri ambientali minimi) im Umgang mit Reinigungsmitteln geschult. Dazu gehört der Einkauf von Reinigungsmittel mit eco-label aber auch der sorgfältige Umgang mit denselben (Dosierung, usw).

Im Zuge der Iso-Zertifizierung nach der Norm 45001 wurde den Mitarbeitern eine Reihe von Maßnahmen aufgezeigt. Dadurch erreichen wir eine Sensibilisierung des Themas und Schritt für Schritt kommen wir dem gemeinsamen Ziel eines ökologisch nachhaltigen Tuns näher.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Als mittelständisches Unternehmen verfügen wir über keine interne Kantine. Den Mitarbeiter*innen wird aber in beiden Aufenthaltsräumen in Seis und Bozen eine Küche zur Verfügung gestellt. Zudem erhält jeder Mitarbeiter pro Arbeitstag den sog. „buono pasto“ in Höhe von € 5,29. Mit diesem kann er sein Essen in einer Vielzahl von Restaurants zu sich nehmen, bzw. im Supermarkt seine Einkäufe erledigen. Im Aufenthaltsraum in Seis befindet sich zudem ein Snackautomat.

Die Mitarbeiter*innen können leider nicht die öffentlichen Verkehrsmittel zur Erlangung des Arbeitsplatzes benutzen. Naturgemäß ist es ja unsere Mitarbeiter*in/Fahrer*in, welcher den Bus fährt – deshalb kommen die Mitarbeiter*innen mit ihren PKW's, bzw. wenn der Wohnort sehr nahe ist, mit dem Fahrrad.

Da wir in unseren Hallen in Seis und Bozen über insgesamt 12 Dienstwohnungen verfügen, können diese 12 Mitarbeiter*innen durch die unmittelbare Nähe immer zu Fuß zur Arbeit gelangen.

Kennzahlen

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft	25%
Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß	18 %
Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden	18%

Bewertungsstufen

Das Unternehmen hat ein klares Bekenntnis zur nachhaltigen Mobilitätspolitik. Das Unternehmen setzt dabei verschiedenste Schritte um Individualverkehr zu vermeiden. Dazu gehört die Einführung des Südtirol Transfer, verschiedener Rufbusprojekte, Ankauf umweltfreundlicher Transportmittel, u.v.m.

In den Weiterbildungsprogrammen wird vermehrt auf ökologische Aspekte eingegangen – dazu gehört z.B. der Eco-Drive Kurs der Fahrer*innen aber auch die Schulung der Reinigungskräfte beim Umgang mit den Reinigungsmitteln.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Verbesserungspotential sehen wir im Bereich der Verpflegung aus ökologischer Herkunft. Hier werden wir den Lieferanten des Snack-Automaten für dieses Thema sensibilisieren, bzw. auffordern, auch diese Produkte anzubieten.

C3.1 - ANLEITUNG ZUR VERSCHWENDUNG/DULDUNG UNÖKOLOGISCHEN VERHALTENS

Wir bestätigen, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird.

C3 - Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden	fortgeschritten
erreichte Punktezahl C3	14 von 68

C4 - INNERBETRIEBLICHE MITENTSCHEIDUNG UND TRANSPARENZ

Das Unternehmen bzw. die Organisation ist ein Ort der aktiven Teilhabe und Mitwirkung für alle Mitarbeitenden. Sämtliche Mitarbeitende können ihre Ideen, Anregungen oder Impulse einbringen und so Mitverantwortung übernehmen und zum Wohl des Unternehmens beitragen. Die Identifikation mit dem Unternehmen bzw. der Organisation steigt, und die Weisheit der Vielen wird genutzt.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Transparenz ist uns seit jeher ein wichtiges Anliegen. Dazu gehört Transparenz in der Ausgestaltung der Arbeitsverträge, bzw. der Vergütungs- und Prämienmodelle, aber auch Transparenz des Unternehmens selbst.

Wir sind uns bewusst, dass durch Transparenz Vertrauen geschaffen wird und dadurch zugleich viele Probleme/Fragen/Zweifel bereits im Keim erstickt werden können.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Zu allen Themen des Gehaltes erhalten die Mitarbeiter*innen volle Transparenz. Dazu gehört Information zur Ausgestaltung der Arbeitsverträge, der Vergütungs- und Prämienmodelle sowie Möglichkeiten zur Verbesserung ihrer Arbeitssituation in Bezug auf geleistete Stunden und Vergütung.

Am Monatsende erhalten die Mitarbeiter*inne nicht nur ihren Lohnstreifen, sondern dazu auch eine detaillierte Aufstellung ihrer Arbeitsleistung damit die Mitarbeiter*innen die Stunden und sämtliche Zulagen kontrollieren können. So können die Mitarbeiter*innen sich selbst davon überzeugen, dass sämtliche Stunden und Zulagen vergütet wurden.

Durch die Einführung der Arbeitsgruppen im Zuge des Personalentwicklungsmodells können die Mitarbeiter*innen in den verschiedenen Bereich ihre Meinungen einbringen und in einem partizipativen Prozess mitentscheiden.

Kennzahlen

Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten	50 %
Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden	60 %
Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden	50%

Bewertungsstufen

Einige Entscheidungen im Unternehmen werden bereits konsensual getroffen. Dazu gehört z.B. der Buseinkauf, wo sowohl die Werkstatt als auch erfahren Fahrer*innen um ihre Meinung gefragt werden.

Sämtliche Daten welche zur Berechnung der Vergütung (Gehalt und Prämie) verwendet werden, stehen den Mitarbeiter*innen unmittelbar zur Verfügung. Die Mitarbeiter*innen können sich bei Fragen jederzeit an die Verwaltung wenden.

Diese Vorgehensweise leben wir bereits seit Jahren.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Durch die Mitarbeiter*innenbefragung über GPTW haben wir neue Erkenntnisse gewonnen. In einigen Bereichen können wir unsere Transparenz noch verbessern und werden dies in den Arbeitsgruppen mit den Mitarbeiter*innen zusammen entscheiden.

C4.1 - VERHINDERUNG DES BETRIEBSRATES

Wir bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt.

C4 -Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	fortgeschritten
erreichte Punktezahl C4	14 von 45

D - KUND*INNEN UND MITUNTERNEHMEN

D1 - ETHISCHE KUNDENBEZIEHUNG

Kund*innen als Menschen mit ihren Bedürfnissen und Wünschen stehen im Vordergrund, nicht deren Potenzial als Umsatzträger*innen. Ziel ist die optimale Erfüllung des wirklichen Kund*innennutzens. Dies reicht von der kund*innenorientierten Produktentwicklung über die offene Kommunikation auf Augenhöhe bis hin zur Barrierefreiheit bei sämtlichen Kontaktpunkten mit Kund*innen. Ethische Kund*innenbeziehungen umfassen auch den Verzicht auf Umsatz oder Gewinn, wenn es im Interesse der Kund*innen ist.

Einleitung

Für den Reisebusverkehr (Reisen, Ausflüge, Skibus, Tagesfahrten) sind vor allem Vereine und Organisationen, Schulen und Firmen unsere Auftraggeber*innen. Nutznießer*innen unserer Leistungen sind die einzelnen Fahrgäste.

Zusatzleistungen Versicherung:

Die Sicherheit ist uns stets ein sehr großes Anliegen, deshalb haben wir auch keine zusätzlichen Kosten gescheut, die Versicherungsdeckungssummen gegenüber Dritten weit über das gesetzliche Minimum zu legen. Unsere Busse sind pro Schadensfall mit 50 Millionen Euro versichert.

Wartung:

Sicherheit ist im Personentransport äußerst wichtig und deshalb bei uns an erster Stelle. Deshalb verfügen wir über eine hochmoderne Werkstatt mit sämtlichen Gerätschaften wie Bremsprüfstand, Rüttelplatte für Überprüfung der Lenkungen, u.v.m. So haben wir z.B. für unsere Werkstatt die Genehmigung erhalten die jährlich vorgeschriebene technische Überprüfung der Busse in unserer Werkstatt durchführen zu können.

Sicherheitsschulung:

Nicht nur die Sicherheit unserer Busse ist uns wichtig, sondern vor allem die Sicherheit unserer Mitarbeiter*innen. Aus diesem Grund sind wir seit dem Jahr 2011 laut BS OHSAS 18001:2007 zertifiziert und werden im Jahr 2020 auf die neue Norm ISO 45001:2018 umstellen.

Ärztliche Visiten im Betrieb:

Unsere Fahrer unterziehen sich stets den gesetzlich vorgeschriebenen ärztlichen Untersuchungen bei unserem Arbeitsmediziner Pro Sanitas. Das gibt unserem Unternehmen die Sicherheit, dass jeder unserer Fahrer für den Beruf als Busfahrer

tauglich ist. Ein wichtiges Anliegen ist uns auch die Förderung des Stressabbaus der Fahrer. Dafür haben wir in den Depots in Seis und Bozen große, angenehme Aufenthaltsräume geschaffen. Dort finden die Fahrer einen Fernseher, Cafèmaschine, Kochgelegenheit, Zeitungen, usw.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Unseren Kunden bieten wir auf allen Busreisen höchsten Komfort und sichern Ihnen Pünktlichkeit, einen zuverlässigen Rundum-Service und freundliche und kompetente Mitarbeiter zu, die Sie umfassend beraten und all Ihre Fragen beantworten. Außerdem garantieren wir für die Einhaltung sämtlicher gesetzlicher Bestimmungen, vor allem hinsichtlich der Lenk- und Ruhezeiten, treffen stets höchste Sicherheitsmaßnahmen und warten unsere Fahrzeuge regelmäßig. Zudem tauschen wir ältere Busse stets gegen Neue, noch Modernere aus – das ist uns überaus wichtig: der Umwelt und der Sicherheit zuliebe und um Busreisen anzubieten, die unsere Kund*innen überzeugen.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Durch unseren guten Ruf erhalten wir immer wieder neue Kundenanfragen. Hier sind wir bestrebt diesen Neukund*innen für einen Erstauftrag zu gewinnen, um ihn dann von unserer Qualität und Leistung zu überzeugen. Dies ist der erste Schritt im Aufbau eines Stammkunden.

Um unsere Qualität dauerhaft hochzuhalten, führen wir jährlich eine Kund*innenbefragung durch, welche wir dann auch im Aufenthaltsraum unserer Fahrer aushängen.

Durch die Umfrage erhalten wir sowohl positives als auch negatives Feedback. Vor allem negatives Feedback wird unmittelbar aufgegriffen und angegangen. Sollten Reklamationen auftreten, werden diese von uns aufgegriffen und nach Möglichkeit auch sofort behoben oder auch Abhilfe geschaffen.

Stammkund*innen werden mit Vorzugsschiene betreut. So erhalten z.B. Stammkund*innen des Öfteren ein kostenloses Upgrade indem z.B. ein größerer oder modernerer Bus zur Verfügung gestellt wird, bzw. der Stammkunde seinen Lieblingsfahrer erhält.

Unser Anspruch ist, das beste Preis-Leistungsverhältnis aufweisen zu können. So konnten wir in den letzten Jahren immer wieder neue Stammkund*innen dazugewinnen. Anbei ein paar Beispiele:



Caritas 

Diözese Bozen-Brixen
Diocesi Bolzano-Bressanone
Diozeja Balsan-Porsenù



Unser größter Kunde ist unser eigenes Reisebüro PRIMUS Touristik mit 4 Standorten in Bozen, Naturns, Klausen und Sterzing. Durch das Reisebüro können wir einen umfassenden Service anbieten. Alle Reiseziele von A – Z , vom Flug über die Unterkunft und die Transfers können somit mit einem Partner abgewickelt werden. Das Reisebüro Primus ist speziell auf Gruppenreisen für Schulen, Vereine, usw. spezialisiert und verschafft somit dem Reisebusunternehmen viele und gute Aufträge.



Im Bereich Gelegenheitsverkehr sind wir freie Marktteilnehmer und stehen im direkten Wettbewerb. Unsere Kund*innen gewinnen wir durch überzeugende Qualität. Unsere Werbung ist fair und verzichtet auf jegliche Diskriminierung der Mitbewerber*innen und stellt ausschließlich unsere eigenen Leistungen in den Mittelpunkt. Auch bei verschiedenen Medienberichten sprechen wir als Unternehmen immer nur über uns, bzw. unsere Dienstleistung, und sprechen nie über Mitbewerber*innen.

Generell ist zu sagen, dass unser Werbebudget, inklusive Sponsoring, lediglich 0,3 % des

Umsatzes beträgt. Wir investieren lieber in die Weiterbildung unserer Mitarbeiter*innen, denn sie sind unsere beste Werbung. Zudem sind unsere tollen Busse auch fahrende Litfaßsäulen und verhelfen uns somit zu viel Sichtbarkeit.

Unsere 2 Verkaufsmitarbeiter*innen haben fixe Löhne und erhalten keine Verkaufsprovision.

Menschen mit Beeinträchtigung haben sicher einen erschwerten Zugang zu unseren Dienstleistungen da nur ca. 50 % der Busse behindertengerecht ausgestattet sind. Vor allem im Reiseverkehr haben wir zurzeit nur 2 Busse welche behindertengerecht ausgestattet sind. Um dem entgegenzuwirken, haben wir im Jahr 2019 mit unserem Partner Pizzinini die Firma EASY Mobil GmbH gegründet welche Fahrdienste für Menschen mit Beeinträchtigung organisiert. Für diesen Dienst haben wir insgesamt 40 Spezialfahrzeuge angeschafft und führen damit sowohl die im Jahr 2019 gewonnene Ausschreibung des Schülertransportes für Schüler*innen mit Beeinträchtigung durch, als auch eine Reihe sonstiger Aufträge.

Durch den Einsatz dieser Bussen ermöglichen wir Menschen mit Beeinträchtigung eine möglichst selbstständige Gestaltung ihrer Aktivitäten und erleichtert die Teilnahme am gesellschaftlichen Leben – unabhängig davon ob zum Shoppen, ins Kino, zum Arzt, zur Schule oder zum Arbeitsplatz.



Beispielbild eines „Easy Mobil“

Kennzahlen

Übersicht der Budgets im Marketing, Verkauf, Werbung:	0,3 %
Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile	100 % fixe Bestandteile
Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens	nein
Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird	1 %

Bewertungsstufen

Wir halten uns an die Regeln des fairen und lauteren Wettbewerbs, pflegen mit unseren Kund*innen eine ehrliche Kommunikation auf Augenhöhe und verzichten auf vergleichende Werbung. Wir beschäftigen uns täglich mit den Kund*innenbedürfnissen und sind stets bemüht Anregungen und Vorschläge in Zusammenarbeit mit unseren Auftraggebern umzusetzen. Kund*innenpflege, sowie Identifizierung von benachteiligten Kundengruppen, finden statt. Es werden mehrere gemeinwohlnützliche Fahrten für die Gemeinde angeboten z.B. 1 x im Jahr fahren wir mit den Senioren nach Weissenstein oder stellen für soziale Vereine Shuttledienste zur Verfügung. Zurzeit verfügen wir über keine konkreten Ethiklinien. Die Umsetzung derselben ist aber für einen späteren Zeitpunkt geplant. Lösungen für benachteiligte Kund*innengruppen setzen wir zum Teil verpflichtend um, d.h. bei Kund*innenanfragen für den Transport mit Menschen mit Beeinträchtigung setzen wir im Rahmen unserer technischen Möglichkeiten (Ausstattung der Busse) diese Kund*innenwünsche um. Das Büro selbst ist barrierefrei zu erreichen.

Die Gestaltung der Kundenbeziehung auf Augenhöhe ist uns sehr wichtig. Das ist Teil unserer Werte und wird so auch im Unternehmen sowohl von der Unternehmerfamilie als auch von den Mitarbeiter*innen umgesetzt.

Barrierefreiheit ist noch nicht durchgängig umgesetzt. Bei den Bussen liegt der Anteil bei ca. 50 %, die Büros hingegen sind barrierefrei zugänglich.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

In naher Zukunft werden wir konkrete Ethikrichtlinien im Unternehmen einführen. Gleichzeitig werden wir einen oder mehrere der großen Reisebusse behindertengerecht ausstatten. Somit sind wir in Zukunft für jede Busgröße mindestens 1 behindertengerechtes Fahrzeug unseren Kund*innen zur Verfügung zu stellen. Im Bereich Behindertenverkehr ist bei Easymobil und dann auch für das Busunternehmen Silbernagl die Einführung einer Kundenapp geplant – diese wird die Richtlinie WCAG 2.1 (Web Content Accessibility Guidelines) Level AA entsprechen.

D1.1 - UNETHISCHE WERBEMAßNAHMEN

Wir bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden, bzw. auch keine unethischen Werbungen an den Bussen angebracht werden dürfen.

D1 - Ethische Kundenbeziehung	fortgeschritten
erreichte Punktezahl D1	14 von 45

D2 - KOOPERATION UND SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen basiert auf einer wertschätzenden Grundhaltung sowie einem Verhalten auf Augenhöhe gegenüber anderen Unternehmen. Wettbewerb wird als sportliche Herausforderung in transparenter, respektvoller Weise und nicht als feindliche Verdrängung betrachtet und gelebt.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Kooperation wird in unserem Unternehmen sehr großgeschrieben. Bei größeren Aufträgen beziehen wir für die Produktion der Dienstleistung andere Busunternehmen mit ein, so z.B. bei den Meerfahrten der Caritas bzw. Odar.

Eine Kooperation haben wir auch mit Flixbus. Über diese Kooperation fahren wir mit unserem Partner Martin Reisen aus Lana seit Dezember 2014 die Linie Meran – München – Meran. Die Partnerschaft mit Martin Reisen beruht auf Augenhöhe. Die Aufteilung der durchzuführenden Fahrten wird gemeinsam besprochen und dabei wird jeweils auf die Bedürfnisse/Wünsche des Partners eingegangen. So z.B. auch bei Problemen in der Durchführung von Seiten des Partners: hier helfen wir schnell und unbürokratisch mit Übernahme des Dienstes aus, bzw. stellen dem Partner auch unsere Ressourcen wie Fahrer und Busse zur Verfügung.

Die Tagesfahrten im Sommer führen wir auch mit einem Partner aus dem Grödnertal durch. Durch diese Kooperation erreichen wir das Ziel unsere Zielgruppe an Touristen zu erweitern (Grödnertal).

Wir sind auch Mitglied beim KSM (Konsortium Südtiroler Mietwagen) über welches verschiedene Großaufträge wie z.B. den landesweiten Schüler*innensonderdienst, Schulsport, Schienenersatzverkehr, usw. verwaltet und an die Mitglieder verteilt werden. Ziel der Mitgliedschaft ist Aufträge, bzw. Teile davon, zu erhalten für welche wir als einzelnes Unternehmen zu klein sind.

Eine weitere Kooperation ist das gemeinsame Unternehmen Easy Mobil GmbH auf welches wir bereits eingegangen sind. Ziel war die Übernahme des Schüler*innendienstes für Menschen mit Beeinträchtigung und die Ziele für die Zukunft sind z.B. Übernahme der Dienste der Bezirksgemeinschaften und des Betriebes für Sozialdienste in Bozen.

Kennzahlen

Wie hoch ist der investierte 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?	1 %
--	-----

Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt:

Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	285 Stunden
Unternehmen gleicher Branche, die in anderer Region andere ZG ansprechen	80 Stunden
Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG	0

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?:

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards	Ja
Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying)	Ja
Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards	Ja

Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen...

...anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	500 Stunden
...der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	5.500 Stunden

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen...

...anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0
...der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	8,4

Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen...

...anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0
...der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0

Bewertungsstufen

Wir verstehen uns als fairer Mitbewerber auf einem offenen Markt.

Auf Anfrage kooperieren wir gerne mit Mitunternehmen und geben auch Aufträge weiter, handeln solidarisch und reagieren auf Anfragen und Hilferufe, wenn irgend möglich im Sinne der Hilfesuchenden.

Wir haben Erfahrungen mit der Weitergabe von Arbeitskräften und konnten hier einen Stammkunden gewinnen (Firma Markas).

Folgende konkrete Kooperationsprojekte sind im Gange:

Pizzinini/Taferner/Silbernagl :

Über unsere Dispo-Software wurde gemeinsam eine Schnittstelle geplant, die es ermöglicht, digitale Rechnungen, die in Italien ab 01.01.2019 Pflicht sind, zu erstellen und zu verschicken.

Pizzinini /Silbernagl

Über unser Telematik System wird eine Mitarbeiterapp programmiert, die es ermöglicht, die Kommunikation zwischen Fahrer und Betrieb erheblich zu verbessern. Die Tablets werden den Fahrern zur Verfügung gestellt und dieser kann dort jegliche Informationen seinen Beruf/Dienst betreffend, herunterladen. Die Testphase beginnt 2020 und wird mit 2021 umgesetzt.

Rainer/Serbus/Silbernagl:

Zusammen mit den Fa. Rainer (24 %) und Serbus (24 %) haben wir in Tirol (Österreich) die Fa. TLB GmbH gegründet. Die TLB GmbH ist Partner*in des Verkehrsverbund Tirol und führt seit April 2018 Liniendienste im Raum Landeck durch. Kooperation fing hier bereits bei der Angebotsabgabe an, da wir Referenzen von den verschiedenen Unternehmen benötigt haben – nur durch die Bündelung der Referenzen konnten wir im

Wettbewerbsverfahren bestehen. Im Zuge der Zusammenarbeit kooperieren wir auch z.B. beim Fahrereinsatz: wenn bei der TLB Fahrer ausfallen oder kurzfristig Aufträge eingehen, entsenden die Partnerbetriebe ihre Mitarbeiter nach Tirol.

Arbeitsgemeinschaft für Behinderte/Pizzini/Silbernagl

Über die gemeinsame Firma Easy Mobil GmbH ist es uns 2019 gelungen gemeinsam mit der Arbeitsgemeinschaft für Behinderte die Ausschreibung für die Behindertentransporte in Südtirol zu gewinnen. Mit unseren über 40 modernen, umweltfreundlichen und sicheren Kleinbussen unterstützen wir hiermit mobil zu bleiben... eben EASY Mobil.

Südtiroltransfer/HGV/IDM:

Zusammenarbeit mit der IDM, dem Hotel und Gastwirteverband (HGV) und dem LTS wurde 2019 das Mobilitätsportal www.suedtiroltransfer.com ins Leben gerufen. Südtirol Transfer sieht ein flächendeckendes touristisches Sammeltransfer-System vor und bietet Südtiroler Gästen eine umweltfreundliche Möglichkeit der An- und Abreise nach Südtirol.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Professionelle Angebotsstellung könnte man ans Verbesserungspotential und als Zukunftsidee als Ziel ansetzen. Gleichzeitig wäre ein modernes Kundenkorrespondenzmanagement erstrebenswert. Der Kunde erhält automatisierte Mails und wir könnten innerhalb kürzester Zeit auf die Anfragen der Kunden antworten.
Testphase des Apps

D2.1 - MISSBRAUCH DER MARKTMACHT GEGENÜBER MITUNTERNEHMEN

Wir bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird.

D2 - Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	erfahren
erreichte Punktezahl D2	27 von 45

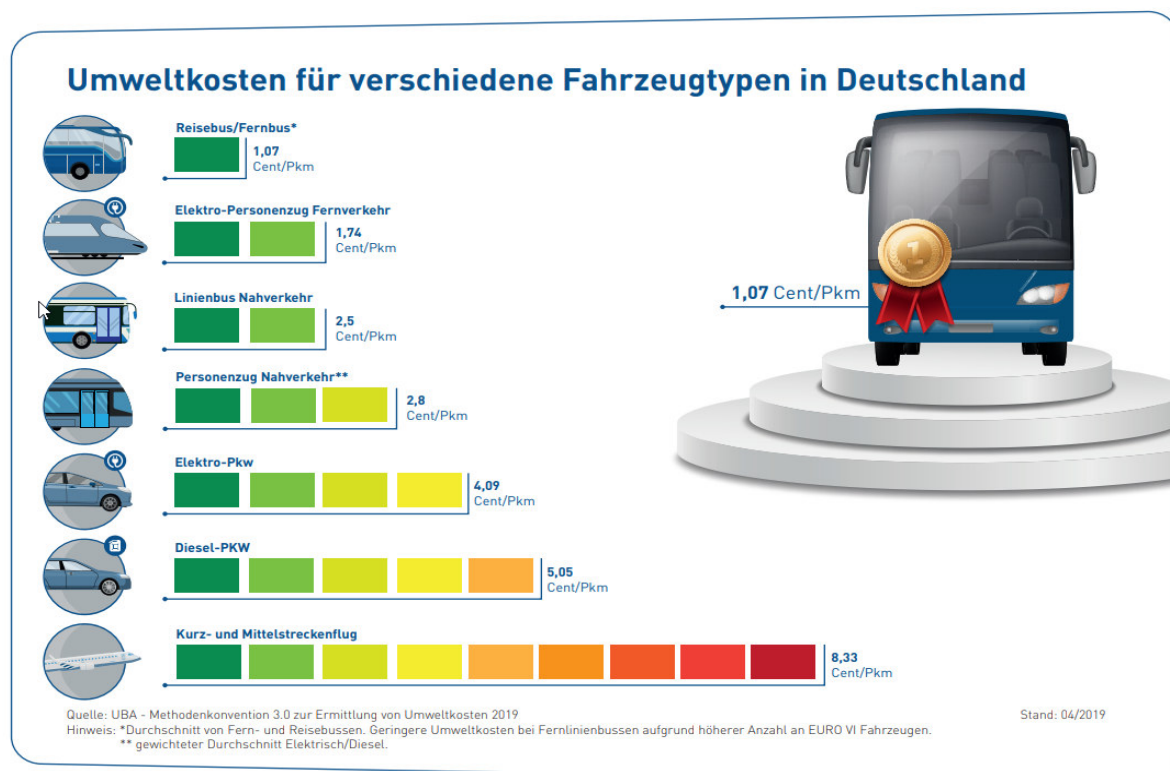
D3 - ÖKOLOGISCHE AUSWIRKUNGEN DURCH NUTZUNG UND ENTSORGUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Durch Nutzung und Recycling sowie durch die endgültige Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen entstehen oft negative ökologische Auswirkungen. Um diese Auswirkungen auf ein Minimum zu reduzieren, sollten Produkte und Dienstleistungen so gestaltet sein, dass sie sich möglichst weit in natürliche Kreisläufe einfügen (Konsistenz) und ein möglichst gutes Verhältnis von Nutzen- bzw. Bedürfnisbefriedigung zu negativen ökologischen Auswirkungen haben (Effizienz). Darüber hinaus ist vor allem ein maßvoller Konsum notwendig, um gesamtgesellschaftlich gesehen, die ökologischen Auswirkungen zu reduzieren (Suffizienz).

Haltung des Unternehmens zum Thema

Als Mobilitätsanbieter ist es unser Ziel, mit unseren Linien- und Reisebussen eine umweltfreundliche Alternative zum Individualverkehr zu gestalten und zu forcieren. Wir sehen deshalb den Individualverkehr als unseren Hauptmitbewerber an. Der Busverkehr bringt im ersten Moment durch den Einsatz herkömmlicher Verbrennungsmotoren (Diesel) eine Reihe von negativen Umweltauswirkungen mit sich. Bei genauerer Betrachtung kann man aber feststellen, dass der Bus das



Verkehrsmittel mit den geringsten Umweltkosten ist. Siehe hierzu das Ergebnis folgender Studie:

Unternehmensintern kümmern sich nicht nur das oberste Management (z.B. durch Investitionen in emissionsärmere Busse) um den Umweltschutz, sondern das Thema wird durchgängig im Unternehmen gelebt. So z.B. in der Werkstatt durch ordnungsgemäße Wartung, Einsatz von ecolabel-Produkten bei der Reinigung, u.v.m.

Bzgl. Investitionen in emissionsarme Busse haben wir bereits im Jahr 2016 einen Feldversuch mit einem Elektrobus auf der Seiseralm (1.800 m) durchgeführt. Wir beobachten zurzeit sämtliche Technologien wie Hybrid (als Zwischenlösung), Wasserstoff- und Elektrobussen. Da unser Einsatzgebiet im Hochgebirge liegt, ist der Einsatz von emissionsarmen Bussen zurzeit aus technischer Sicht noch nicht ausgereift genug. Wir beobachten jedoch sämtliche Entwicklungen über Besuche auf Messen, Teilnahme an Kongressen, Studieren von Fachzeitschriften, usw.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Da wir den Umweltschutz auch aktiv leben wollen, haben wir bereits ab dem Jahr 2011 ein Umweltmanagement-System eingeführt und gleichzeitig auch das Zertifikat laut ISO 14001 erhalten. Im genannten System überprüfen sowohl wir selbst, als auch externe Auditor*innen, die Auswirkungen unseres Tuns auf die Umwelt. All dies wird in verschiedenen Dokumenten, wie der jährlich erstellten Ökobilanz, dem Register der erheblichen Umweltauswirkungen, die ordnungsgemäße Entsorgung der Abfälle (Sistri), Wartungsverträge für Ölabscheider u.v.m dokumentiert.

Aktiver Umweltschutz bedeutet für uns aber auch eine Sensibilisierung der Fahrer für ein treibstoffarmes Fahren und das Organisieren von Eco-Drive Schulungen für die Fahrer. Die Fahrer lernen hierbei unter Anderem vorausschauendes Fahren, welches sich sowohl im Treibstoffverbrauch als auch im Verbrauch von Bremsen widerspiegelt.

Über das interne Prämiensystem der Fahrer sind verschiedene Maßnahmen zum Thema Umweltschutz vorhanden. So z.B. die Anweisung und Überwachung dass die Motore bei den Pausen nicht laufen, das ordnungsgemäße Schließen der Tankdeckel nach dem Tankvorgang, u.v.m.

Unseren Kund*innen gegenüber kommunizieren wir dies über Bekanntmachung unseres Umweltzertifikats sowie über die Bekanntmachung von neuen, emissionsarmen Bussen. Gleichzeitig veröffentlichen wir über Presseaussendung Aktivitäten unseres aktiven Umweltschutzes (erster Euro VI-Reisebus Italiens, Elektrobus-Test auf der Seiseralm, usw).

Bewertungsstufen

Das Unternehmen setzt sich nicht mit negativen ökologischen Auswirkungen oder maßvoller Nutzung auseinander, es nimmt jedoch auch nicht absichtlich unverhältnismäßige ökologische Auswirkungen in Kauf. Das Unternehmen beachtet gesetzliche Auflagen und ist in der Kommunikation nicht irreführend.

Durch ständige Erneuerung des Fuhrparks können nennenswerte Einsparungen an CO₂ erzielt werden.

Das Unternehmen verfügt über Daten zu ökologischen Auswirkungen. Es gibt eine Strategie und erkennbare Maßnahmen in Bezug auf das gesamte Portfolio. Produkte und Dienstleistungen haben größtenteils geringere ökologische Auswirkungen pro Nutzeinheit als vergleichbare Alternativen. Zu sämtlichen Produkten und Dienstleistungen werden den Kund*innen standardmäßig Informationen zu ökologischen Auswirkungen zur Verfügung gestellt, Bewusstseinsbildung im Sinne maßvoller Nutzung wird gefördert.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Das Thema der Zukunft ist sicherlich der Einsatz von emissionsarmen Bussen. Da dies zurzeit im Überlandbereich, bzw. speziell im Hochgebirge, noch nicht ausgereift ist, werden diese Busse zur Zeit noch nicht angekauft. Neben den technischen Problemen stellt sich aber auch das Problem der Finanzierung. Aus heutiger Sicht sind weder Wasserstoff- noch Elektrobusse wirtschaftlich sinnvoll einsetzbar – d.h. eine Anschaffung ist nur über die Förderung von Seiten der öffentlichen Hand möglich. Aus diesem Grund werden sämtliche Förderungsmöglichkeiten auf Provinz, Staats- und EU-Ebene untersucht.

Die Eco-Drive Schulungen möchten wir regelmäßiger durchführen. Ein Anliegen wäre hierbei, dass die Stunden aus Eco-Drive Kursen beim Safety Park in Pfatten für die gesetzlich vorgeschriebenen Auffrischkurse für den Berufsführerschein (CQC) von 35 h anerkannt würden. Zu diesem Thema sind wir im Austausch mit der STA welche den Safety Park betreibt.

D3.1 - BEWUSSTE INKAUFNAHME UNVERHÄLTNISMÄßIGER ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Wir bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt.

D3 – Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	fortgeschritten
erreichte Punktezahl D3	9 von 45

D4 - KUND*INNEN-MITWIRKUNG UND PRODUKTTRANSPARENZ

Die Mitwirkung von Kund*innen kann Hinweise auf öko-soziale und nachhaltige Produktverbesserungen, Produkt- und Service-Innovationen sowie die künftige Entwicklung des Absatzmarktes geben. Kund*innen können ihre Erfahrungen dem Unternehmen direkt mitteilen, wodurch der Einfluss der Kund*innen steigt.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Den Kund*innen gegenüber sind wir weitgehendst transparent. So kommunizieren wir den Kund*innen gegenüber unser Umweltzertifikat und geben ihm somit die Sicherheit, dass unser Unternehmen den Umweltschutz aktiv lebt und stetig verbessert.

Die Kund*innen können uns jederzeit ihr Feedback zu unseren Leistungen und zu unseren Umweltauswirkungen mitteilen. Wenn wir z.B. eine Beschwerde über laufengelassene Motoren bei den Pausen erhalten, gehen wir der Sache unmittelbar nach. Der betreffende Fahrer wird ermahnt und es hat für den Fahrer auch Konsequenzen bei der Prämienausschüttung.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Die Kund*innen kann uns jederzeit persönlich in unserem Büro oder über digitale Medien wie Homepage, Mail, usw. kontaktieren. Da die Kund*innen für uns im Mittelpunkt stehen, haben wir für jeden Kunden ein offenes Ohr.

Anregungen von Kund*innen werden über unser Verbesserungs- und Vorschlagssystem laut ISO-Norm erfasst und ausgewertet. Gleichzeitig wird auch ein Bericht darüberschrieben, ob die Anregung umgesetzt wurde oder nicht. Bei Umsetzung der Anregung erfassen wir zudem die Kosten sowie, falls zutreffend, die Auswirkung dieser Entscheidung auf verschiedene Faktoren. Dem Kunden geben wir dann entsprechend Rückmeldung.

Bei unseren Angeboten geben wir den Kund*innen die Emissionsklasse des gebuchten Busses an.

Kennzahlen

Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind.	2
Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen.	0
Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen	0

Bewertungsstufen

Kund*innenfeedback wird systematisch aufgenommen. Bei Neukunden wird direkt nach der Fahrt nach einem Feedback gefragt. Zudem wird einmal pro Jahr eine online-Befragung bei den Kunden durchgeführt. Die Auswertung dieses Fragebogens gibt uns Aufschlüsse darüber in welchen Bereichen wir schon gut sind und in welchen Bereichen noch Verbesserungspotential besteht. Der Blick des Kunden von außen ermöglicht uns so einen neuen Blickwinkel.

Wenn der Kunde auf seinem Fragebogen seinen Namen eingibt erhält er von uns auch Feedback.

Die erhaltenen Feedbacks werden systematisch durchgegangen und es wird überlegt welche Maßnahmen in welchem Bereich zu treffen sind. Je nachdem um welches Thema es sich handelt werden unterschiedliche Mitarbeiter für die Auswertung des Feedbacks miteinbezogen.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Zur Zeit kommunizieren wir mit unseren Kunden noch nicht über die verschiedenen Social-Media Kanäle wie Instagram oder Facebook. Hier haben wir sicher noch Aufholbedarf und werden dies auch in den nächsten 1-2 Jahren umsetzen. Über diese Kanäle kann die Kommunikation mit dem Kunden schneller und unkomplizierter erfolgen als über herkömmliche Kanäle.

D4.1 - KEIN AUSWEIS VON GEFAHRENSTOFFEN

Objektiv betrachtet gehen von 100% unserer Dienstleistung mit Ausnahme der Beratungs-und Verwaltungsleistung, schädliche Einflüsse auf die Umwelt aus.

Die mit Verbrennungsmotoren einhergehenden schädlichen Auswirkungen auf Umwelt und Menschen sind jedoch hingänglich bekannt und bedürfen somit keiner zusätzlichen Bekanntmachung.

D4 - Kund*Innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	erste Schritte
erreichte Punktezahl D4	5 von 45

E - GESELLSCHAFTLICHES UMFELD

E1 - SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Sinn und Zweck eines Gemeinwohl-Unternehmens ist es, ausschließlich Produkte und Dienstleistungen zu erzeugen bzw. anzubieten, die einen aktiven Beitrag zum Gemeinwohl leisten. Das bedeutet, dass diese Produkte und Dienstleistungen für ein physisch und psychisch gesundes sowie einfaches (suffizientes) Leben nötig sind, sozial verträglich und ökologisch so schonend wie möglich erzeugt werden. Darüber hinaus bieten Gemeinwohl-Unternehmen Lösungen für die größten Herausforderungen der Menschheit, z.B. Armutsbekämpfung, hochwertige Ernährung für alle Menschen, Bildung, Gesundheit und die Lösung sozialer Missstände.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Den UN-Entwicklungszielen folgend, decken die Dienstleistungen unseres Unternehmens folgende Grundbedürfnisse ab:

- Gute Gesundheitsvorsorgung + Hochwertige Bildung

Für die gute Gesundheitsvorsorge und hochwertige Bildung sind wir nicht direkt zuständig, leisten aber durch Personentransport in öffentlichen Verkehrsmitteln einen Beitrag. So legen wir z.B. viel Wert darauf, dass unsere Busse das Krankenhaus in Brixen direkt, d.h. ohne Umstieg, anfahren. So können Personen aus unserer Region, die ins Krankenhaus müssen, den Bus benutzen. Dasselbe gilt für die vielen Nightliner die wir fahren – so können Nachtschwärmern sicher mit uns durch die Nacht fahren.

- Gleichberechtigung der Geschlechter

In unserem Betrieb gibt es keine Unterschiede in Bezug auf das Geschlecht. Weder bei unseren Mitarbeiter*innen noch bei unseren Kund*innen. Durch die technische Weiterentwicklung der Busse können seit vielen Jahren auch Frauen Busse lenken, da der Kraftaufwand im Gegensatz zu alten Bussen, minimiert wurde.

- Gute Arbeitsplätze

Als Arbeitgeber ist uns ein faires Behandeln unserer Mitarbeiter*innen äußerst wichtig. Dazu gehört die Einhaltung der Kollektivverträge und Betriebsabkommen (gerechte Entlohnung, Arbeitsbedingungen), Einhaltung gesetzlicher Vorgaben (Straßenkodex), aktive Arbeitssicherheit, Mitsprache

(Mitarbeiter*innenzufriedenheitserhebung), Betriebsrat, gutes Betriebsklima, unbefristete Arbeitsverträge und Transparenz.

- Innovation

Innovation erfolgt durch Investitionspläne zum Austausch der Diesel-Busse durch emissionsarme Busse und durch Digitalisierung. Dazu gehört das Telematik-System mit Echtzeitanzeigen auf die verschiedenen Auskunftsplattformen wie Website, Fahrplanapp, usw.

- Nachhaltige Städte und Gemeinden

Durch die ständige Verbesserung des Fuhrparks tragen wir deutlich zu nachhaltiger Mobilität bei und können so unseren Beitrag zur Umsetzung des Beschlusses der Südtiroler Landesregierung 749/2018 "Programm zur Reduzierung der NO2 Belastung 2018-2023" leisten.

- Verantwortungsvoller Konsum

Wenn die Möglichkeit besteht, beziehen wir unsere Produkte/Leistungen von lokalen Lieferant*innen. Unsere Fahrzeugumläufe im Linienverkehr erstellen wir mit dem Ziel, Leerfahrten und unnötige Standzeiten zu vermeiden.

- Massnahmen zum Klimaschutz

Unser Kerngeschäft ist nachhaltige Mobilität. Durch unsere Tätigkeit wird Individualverkehr reduziert, durch das statistisch erhobene sauberste Massenverkehrsmittel tragen wir aktiv zum Umweltschutz bei

- Partnerschaften

Wir leben aktiv verschiedenen Partnerschaften: Dazu gehört das Konsortium LIBUS, über welches wir gemeinsam gegenüber unserem Auftraggeber der Provinz Bozen auftreten, wir tauschen Erfahrungen aus, wir helfen gegenseitig aus wenn Not am Mann besteht oder Busse fehlen, kaufen gemeinsam ein, u.v.m.

Andere Partnerschaften haben wir durch gemeinsame Firmen wie z.B. der Easy Mobil GmbH (Behindertentransport), TLB GmbH (österreichisches Tochterunternehmen welches im ÖPNV tätig ist).

Kennzahlen

Erfüllte Bedürfnisse:

Deckt Grundbedürfnisse	92 %
Statussymbol/Luxus	0 %

Dient der Entwicklung

der Menschen	0 %
der Erde/ Biosphäre	0 %
löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen	55 %

Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:

Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen	92 %
Hemmender/Pseudo-Nutzen	0 %
Negativnutzen	0 %

Bewertungsstufen

Unser Produkt (Personentransport) leistet durch die Reduzierung des Individualverkehrs einen großen Beitrag für die gesunde Entwicklung der Menschen.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Für die Zukunft wollen wir durch innovative Lösungen wie Rufbus und Digitalisierung die Einstellung der Menschen verändern – weg vom Individualverkehr und hin zum öffentlichen Verkehr.

E1.1 - MENSCHENUNWÜRDIGE PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Wir bestätigen, dass keine menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden.

E1 - Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	erfahren
erreichte Punktezahl E1	23 von 45

E2 - BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Jedes Unternehmen bzw. jede Organisation agiert in einem gesellschaftlichen Umfeld und innerhalb einer sozialen Gemeinschaft. Das Gemeinwesen (bestehend aus staatlichen und zivilgesellschaftlichen Einrichtungen) stellt wichtige Grundlagen für unternehmerisches Handeln zur Verfügung. Umgekehrt erwartet die Gesellschaft auch einen angemessenen Beitrag aller zur Erhaltung und Weiterentwicklung dieser Strukturen. Neben den gesetzlich vorgeschriebenen Steuern und Abgaben gibt es eine breite Palette materieller oder immaterieller Leistungen, die Organisationen erbringen und damit das Gemeinwesen entweder fördern oder auch schädigen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Das Gemeinwesen hat in unserer Heimatregion Südtirol einen sehr hohen Stellenwert und ist gesellschaftlich sehr gut angesehen. Diese Einstellung gilt auch für das Unternehmen und die Unternehmerfamilie.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Da die Unternehmerfamilie sehr viel Zeit im Betrieb investiert, bleibt keine Zeit für Einsatz in gemeinnützigen Vereinen. Da dies erkannt wurde, hat sich die Unternehmerfamilie aber dazu entschlossen, verschiedenste Vereine mit Geld- oder Sachzulagen zu unterstützen. Dazu gehören verschiedene Sponsortätigkeiten für Sportvereine, Feuerwehr, Musikkapelle, kostenlose Durchführung der „Busschule“ für alle Schüler*innen der ersten Klasse Mittelschule, kostenlose Durchführung des Projektes „Schneespass“, u.v.m.

Unsere Mitarbeiter*innen erhalten zudem verschiedene Benefits, die nicht unmittelbar auf dem Lohnstreifen ausgewiesen sind, wie z.B. Wäsche der privaten PKW, Zurverfügungstellung von Hardware und Internet für digitale Tätigkeiten, usw.

Anlässlich der Durchführung des Openair der Kastelruther Spatzen stellen wir jedes Jahr dem organisierenden Verein (in Rotation zwischen Feuerwehr, Sportverein, Musikkapelle, Bergrettung) einen Teil unseres Areals kostenlos zur Verfügung. Damit einher entsteht für uns auch der Nachteil, dass unsere Hallen, Werkstätten und Tankstelle für insgesamt 2,5 Tage nicht erreichbar sind. Wir sehen dies aber als unseren Beitrag für den jeweiligen Verein, da wir selbst dort aus Zeitgründen nicht engagiert sind.

In Zusammenarbeit mit der örtlichen Raiffeisenbank laden wir zudem jährlich die Senior*innen aus unserer Region zu einer Gratiswallfahrt nach Weissenstein ein. Wir stellen die Busse und Fahrer zur Verfügung und die Bank ladet die Senioren zum Mittagessen ein.

Für sämtliche Beitragsansuchen und für die Bilanzierung ist ausschließlich die Geschäftsführung verantwortlich. Somit bedarf es unternehmensintern auch keiner besonderen Anweisungen oder Übertagung von Verantwortlichkeiten an Mitarbeiter*innen.

Das Unternehmen bezahlt seine Steuern und Abgaben immer ordnungsgemäß und pünktlich. In über 40 Jahren Tätigkeit gab es diesbzgl. noch keine Beanstandungen oder Strafen. Eine Steueroptimierung erfolgt nur im legitimen Rahmen in Zusammenarbeit mit unserem Wirtschaftsberater.

Kennzahlen

Nettoabgabenquote, darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

effektiv bezahlte Ertragsteuern (Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer)	23 Tsd.
lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber.	200 Tsd.
Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten	133 Tsd.
abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen	185 Tsd.

Bewertungsstufen

Durch die für Südtiroler Verhältnisse hohe Zahl an Beschäftigten, leisten wir als Arbeitgeber einen großen Beitrag für die Gesellschaft. Zudem sind wir im Bereich Sponsoring und Unterstützung der verschiedenen Vereine sehr aktiv.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Für die Zukunft überlegen wir uns ob wir im Bereich Busreinigung den in Kastelruth ansässigen Migranten eine Arbeitsstelle anbieten können.

E2.1 - ILLEGITIME STEUERVERMEIDUNG

Wir bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen?

E2.2 - MANGELNDE KORRUPTIONSPRÄVENTION

Wir bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden.

E2 - Beitrag zum Gemeinwesen	vorbildlich
erreichte Punktezahl E2	36 von 45

E3 - REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

Unternehmen können durch Veränderung ihrer internen Produktions-, Verarbeitungs- und Arbeitsprozesse und der damit verbundenen Reduktionen der ökologischen Auswirkungen einen wesentlichen Beitrag leisten, um der Überschreitung planetarer Grenzen entgegen zu wirken. Im Lebensweg stehen hier die internen Abläufe zwischen der Übernahme der Vorprodukte von den Lieferant*innen und der Übergabe der Produkte an die Kund*innen im Fokus. Ebenso kann das Produktdesign zur Reduktion dieser Auswirkungen beitragen.

Haltung des Unternehmens zum Thema

Als Anbieter im Nahverkehr ist es uns natürlich ein großes Anliegen die ökologischen Auswirkungen unseres an und für sich sehr positiven Beitrags für die Umwelt (öffentlicher Verkehr vs. Individualverkehr) möglichst zu reduzieren.

So beobachten wir laufend den Treibstoffverbrauch unserer Busse/Fahrer*innen und reagieren sobald wir feststellen, dass ein Bus zu viel Treibstoff verbraucht (z.B. durch Fehler im Antriebsstrang) oder dass eine Fahrer*in im Verhältnis zu den anderen Fahrer*innen mehr verbraucht. In diesen Fällen wird der Bus umgehend in die Werkstatt gerufen, bzw. der Fahrer erhält eine Schulung.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Bereits vor vielen Jahren haben das Iso-Zertifikat 14001 für Umweltschutz erhalten. Im Zuge dieses Prozesses haben wir eine Ökobilanz erstellt, welche wir jedes Jahr aktualisieren. Die Bilanz gibt uns Aufschluss darüber, wie wir uns in Bezug auf die ökologischen Auswirkungen entwickeln und wo es eventuell Handlungsbedarf gibt.

Kennzahlen

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten: (zusammenfassende Aufstellung für Silbernagl GmbH und Silbernagl Markus & Co KG)

Ökobilanz / Stoffströme / Kennzahlen							
Input	Menge	EH	Kosten in €	Output	Menge	EH	Liter
Rohstoffe				Produkt u. Nebenprodukte			
				Umsatz		€	
Linienbusse							Liter
Euro 3	5 Stk.			km Euro 3	196.674	km	60614,00
Euro 4	6 Stk.				236.910	km	113995,00
Euro 5	21 Stk.			km Euro 5	939.315	km	407301,00
Euro 6	12 Stk.			km Euro 6	1.019.006	km	326955,00
Diesel	908.865 l			Personenkilometer	47.838.100	km	
				Verbrauch/100km	38,00	l/100km	
				Energieäquivalent (Weißzertifikate)	777.788		
				WTW Energieverbrauch	40.444.493	MJ	
				WTW CO2 Äquivalent	2.862.925	kg CO2e	
				WTW CO2 Äquivalent je 100 Personenkilometer	6	kg CO2e	
				Vergleich mit Auto			
				WTW Energieverbrauch	141.919.697	MJ	
				WTW CO2 Äquivalent	10.046.001	kg CO2e	
				WTW CO2 Äquivalent je 100 Personenkilometer	21	kg CO2e	
				durchschnittliche Auslastung		%	
Reisebusse							Liter
Euro 3	1 Stk.			km Euro 3	136	km	33,1
Euro 4	1 Stk.			km Euro 4	104.076	km	35999,00
Euro 5	3 Stk.			km Euro 5	346.254	km	119136,00
Euro 6	22 Stk.			km Euro 6	1.498.760	km	340228,80
Diesel	495.397 l			Personenkilometer	68.222.910	km	
				Verbrauch/100km	25,42	l/100km	
				Energieäquivalent	423.951		
				WTW Energieverbrauch	22.045.162	MJ	
				WTW CO2 Äquivalent	1.560.500	kg CO2e	
				WTW CO2 Äquivalent je 100 Personenkilometer	2	kg CO2e	
				Vergleich mit Auto			
				WTW Energieverbrauch	141.676.243	MJ	
				WTW CO2 Äquivalent	10.028.768	kg CO2e	
				WTW CO2 Äquivalent je 100 Personenkilometer	15	kg CO2e	
				durchschnittliche Auslastung		%	
Mietwagen mit Fahrer					+		
Euro 4	0 Stk.			km Euro 4	0	km	
Euro 5	1 Stk.			km Euro 5	17.102	km	1787,43
Euro 6	3 Stk.			km Euro 6	121.698	km	9666,88
Strom	2 kWh			km Strom	0	km	
				Personenkilometer	277.600	km	
Diesel	11.454 l			Auslastung		%	
Benzin				Verbrauch/100km	3	l/100km	
				Energieäquivalent	9.802		
andere Stoffe							
Diesel	1.415.716 l		- €	Energieäquivalent gesamt	1.211.542		
Benzin	0 l		- €				
Gas	14.905 m³						
Strom	167.398 kWh						
Hilfsstoffe				Abfall (nichtgefährlich)			
Reinigungsmittel Büro	8 l		€ 190,00	Restmüll	4.500	kg	
Reinigungsmittel Busse	120 l		€ 1.600,00				
Shampoo Waschstraße	120 l		€ 305,00	Papier	3.120	kg	
Schmiermittel	5 l		€ 30,00	Luftfilter	180	kg	
Motoröl	2.224 l		€ 5.947,00	Altreifen	6.814	kg	
Gefahrenstoffe				Abfall (gefährlich)			
Frostschutzmittel	720 kg		€ 2.530,00	Altöle	3.100	Lt	
				Ölfilter	313	kg	
Kühlmittel Klimaanlage	120 kg			Spraydosen	21	kg	
				Batterien	952	kg	
				Ölabscheider	2.400	Liter	
				Eisen	4.290	kg	
				ElektroMüll	450	kg	
Wasser				Abfall (gefährlich)			Kosten
Trinkwasser Seis	2.425 m³		€ 1.709,00	Abwasser Seis	2.275	m³	€ 2.200,00
				Wasser - Abwasser Bozen	997	m³	€ 1.400,00
				Abfall Müll (Bozen+Kastelruth)	51.264	L	€ 4.051,00
				Entsorgungsspesen Flixbus			€ 2.028,00
				Tank Reinigung			

Bewertungsstufen

Durch die Erstellung der Ökobilanz kennen wir unseren ökologischen Fußabdruck und verfügen über Optimierungsstrategien.



Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Für die Zukunft planen wir unsere Umweltdaten zu veröffentlichen.

E3.1 - VERSTÖßE GEGEN UMWELTAUFLAGEN SOWIE UNANGEMESSENE UMWELTBELASTUNGEN

Wir bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet.

E3 - Reduktion ökologischer Auswirkungen	erfahren
erreichte Punktezahl E3	23 von 45

E4 - TRANSPARENZ UND GESELLSCHAFTLICHE MITENTSCHEIDUNG

Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung sollen in erster Linie Schaden von der Allgemeinheit durch Entscheidungen abwenden, die auf einem Mangel an verfügbaren Informationen und Fakten, mangelhaftem Argumentationsaustausch oder fehlenden Mitwirkungsmöglichkeiten der Betroffenen beruhen. Sie sollen ein lebensdienliches Miteinander in einer aufgeklärten, demokratischen, offenen und pluralistischen Gesellschaft fördern. Die relevanten Berührungsgruppen hier sind: Anrainer*innen, Gebietskörperschaften, kritische Non-Profit-Organisationen, zukünftige Generationen und die Natur (= Mitwelt, Tiere, Pflanzen, Biodiversität, Landschaften).

Haltung des Unternehmens zum Thema

Als Unternehmen wollen wir gegenüber all unseren Stakeholdern so transparent als möglich gegenübertreten.

Wie wird das Thema aktuell gelebt

Über unser Büro in Seis kann jeder Interessierte mit uns in Kontakt treten. Wer nicht ins Büro kommen will, kann sich jederzeit über digitale Medien an uns wenden. Jeder Kontakt und jede Anregung/Kritik/Vorschlag wird von uns bearbeitet und dem Absender wird immer eine Rückmeldung gegeben.

Kennzahlen

- Wir schreiben den ersten Gemeinwohlbericht.

Bewertungsstufen

Jeder Stakeholder kann mit uns in Verbindung treten und wir treten ihm gegenüber transparent auf. Diese Haltung der Offenheit und Transparenz ist uns ein großes Anliegen und schafft Vertrauen.

Zukunftsideen / Verbesserungspotential

Der hier erstellte Bericht ist unsere erste Gemeinwohlbilanz. Wir werden diese in transparenter Art und Weise auf unserer Homepage veröffentlichen.

E4.1 - FÖRDERUNG VON INTRANSPARENZ UND BEWUSSTE FEHLINFORMATION

Wir bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet.

E4 - Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	fortgeschritten
erreichte Punktezahl E4	14 von 45

AUSBLICK

Kurzfristige Ziele

Die Gemeinwohlbilanz wird auf unserer Homepage veröffentlicht und auch unseren Mitarbeitern zur Verfügung gestellt.

Langfristige Ziele

Ziel ist es den Fuhrpark in den kommenden Jahren auf emissionsfreie Mobilität umzustellen. Hierzu sind wir aber von der Entwicklung der Technologien und Beiträgen angewiesen.

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHLBILANZ

Bei der Erstellung der Bilanz waren neben der Geschäftsführung auch die Mitarbeiter*innen aus der Verwaltung involviert.

Im Erstellungsprozess haben wir ausgewählte Lieferant*innen und Partner*innen involviert.

Der Bilanzierungsprozess wurde zusammen mit weiteren 9 Busunternehmen im Zuge einer umfangreichen Workshopreihe besprochen. Dabei gab es zum Teil Gruppen-, aber auch Individualberatung mit den beiden Berater*innen Mag. Gebhard Moser und Ulrike Amann, MCD.

Der Bericht wurde über einen Zeitraum von 20.11. bis 22.12.2020 erstellt und einer Peer-Evaluierung unterzogen.

Für die Erstellung des Berichtes wurden insgesamt 120 Arbeitsstunden verwendet.

Der Bericht wird nach außen über die Homepage und nach innen über die Mitarbeiterkommunikation kommuniziert.

Kasteltruth, Fraktion Seis, 22.12.2020