

GEMEINWOHL



**ÖKONOMIE**

Ein Wirtschaftsmodell  
mit Zukunft

# **GEMEINWOHL-BERICHT 2015**

**ULENSPIEGEL DRUCK GMBH & CO. KG**

Impressum:  
Ulenspiegel Druck GmbH & Co. KG  
Birkenstraße 3, 82346 Andechs  
[www.ulenspiegeldruck.de](http://www.ulenspiegeldruck.de)

## Inhaltsverzeichnis

Seite 4	Allgemeine Infos
Seite 4	Tätigkeitsbereich
Seite 4	Das Unternehmen und Gemeinwohl
Seite 4	Selbsteinschätzung und Negativkriterien
Seite 5	A1 Ethisches Beschaffungsmanagement
Seite 6	B1 Ethisches Finanzmanagement
Seite 6	C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung
Seite 8	C2 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit
Seite 9	C3 Förderung ökologischen Verhaltens der Mitarbeiter
Seite 10	C4 Gerechte Verteilung des Einkommens
Seite 11	C5 Innerbetriebliche Transparenz und Demokratie
Seite 12	D1 Ethisches Verkaufen
Seite 13	D2 Solidarität mit Mitunternehmen
Seite 14	D3 Ökolog.Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen
Seite 15	D4 Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen
Seite 15	D5 Erhöhung des sozialen und ökologischen Branchenstandards
Seite 16	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen
Seite 17	E2 Beitrag zum Gemeinwesen
Seite 18	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen
Seite 21	E4 Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung
Seite 21	Testat/Audit
Seite 22	E5 Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung
Seite 22	Ausblick
Seite 23	Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohlbilanz

## Allgemeine Infos

Firmenname: Ulenspiegel Druck GmbH & Co. KG  
Branche: grafischer vollstufiger Druckereibetrieb mit Druckvorstufe, Druck, Weiterverarbeitung  
Anzahl der Mitarbeiter (Vollzeitäquivalent): 10, davon 2 Frauen, 8 Männer  
Töchtergesellschaften: keine  
Sitz: Birkenstraße 3, 82346 Andechs  
Homepage: [www.ulenspiegeldruck.de](http://www.ulenspiegeldruck.de)  
Berichtszeitraum: 2015

## Tätigkeitsbereich

Als vollstufiger Druckereibetrieb mit digitaler Druckvorstufe, Druck und Weiterverarbeitung stellen wir alles her, was in einem modernen grafischen Betrieb produziert werden kann - von der Visitenkarte bis zum Kunstbuch. Unser Kerngeschäft umfasst vor allem Zeitschriften, Broschüren und Paperbacks.

## Das Unternehmen und Gemeinwohl

„Es gibt kein richtiges Leben im falschen“ (Th. W. Adorno – Minima Moralia) und „Alles Große muss im Kleinen wachsen“ – diese beiden Prämissen beschreiben das Spannungsfeld, in dem sich unser unternehmerisches Handeln sowohl in ökologischen wie auch sozialen Bereichen bewegt. Wir sehen daher die Gemeinwohlökonomie als einen Versuch, dem Diktat des permanenten wirtschaftlichen Wachstums, der Mehrwertökonomie sowie dem verbrecherischen Wirken des internationalen Finanzkapitals mit all den negativen Auswirkungen auf soziale und ökologische Strukturen eine für Mensch und Natur verträglichere Form des Wirtschaftens entgegenzusetzen.

2013 wurden wir unter der Mitgliedsnummer 309 Mitglied der Gemeinwohlökonomie.

2015 haben wir zusammen mit dem Vorstandsmitglied der Regionalgruppe Bayern, Jörn Wiedemann, in unserem Haus die Zielsetzung und die Richtlinien der Gemeinwohl Ökonomie in einer Veranstaltung für Unternehmen des Landkreises Starnberg vorgestellt.

Wir sind Mitglied der GWÖ-Regionalgruppe Bayern

## Selbsteinschätzung und Negativkriterien

Seit 1999 betreiben wir das betriebliche Umweltmanagementsystem EMAS nach den Vorgaben der Öko-Audit-Verordnung der Europäischen Union. In den Jahren seit unserer Erstzertifizierung haben wir in den wesentlichen Produktionsprozessen die negativen Umweltauswirkungen unseres Unternehmens minimiert und teilweise sogar eliminiert. Da das Umweltmanagementsystem EMAS eine hohe Bereitschaft aller im Unternehmen Beschäftigten voraussetzt, ist bei uns innerbetriebliche Transparenz ein unabdingbares Instrument zur demokratischen Entscheidungsfindung. Diese Transparenz besteht nicht nur nach innen sondern ebenso nach außen und beinhaltet eine nachhaltige Kommunikation mit unseren Kunden.

Neben der ökologischen Verträglichkeit unserer Druckprodukte ist es für uns selbstverständlich, keine Druckerzeugnisse anzubieten bzw. herzustellen, die rassistische, menschenverachtende, pornographische und diskriminierende Inhalte propagieren.

Im Gegensatz dazu haben wir in unserer Unternehmensgeschichte immer wieder soziale und politische Organisationen oder Bewegungen unterstützt, sei es durch Sponsoring, Herstellung von Drucksachen oder auch mit tätiger Hilfe zu Selbsthilfe.



# A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT

Unser Umweltmanagement EMAS schreibt vor und regelt, dass und wie wir alle im Betrieb benutzten oder neu einzuführenden Materialien und Hilfsmittel auf ihre ökologische und gesundheitliche Wirkung überprüfen und gegebenenfalls durch unbedenkliche Stoffe ersetzen oder ganz vermeiden.

Mit der Einführung des betrieblichen Umweltmanagements EMAS im Jahr 1999 haben wir eine Matrix entwickelt, die die Beschaffung von Betriebs- und Hilfsstoffen unter dem Aspekt der Umwelt- und Gesundheitsgefährdung sowie der Ressourcenschonung regelt. Seit Mitte 2014 haben wir diese Matrix um sozioökonomische Komponenten erweitert. Konkret bedeutet dies, dass wir für alle Geschäftsbeziehungen mit Lieferanten, Produzenten und Dienstleistern ein Ranking entwickelt haben, das unsere Einkaufsentscheidungen definiert. Bevorzugt wollen wir – soweit möglich – in Zukunft mit Partnern Geschäftsbeziehungen unterhalten, die in der dargestellten Reihenfolge unserem Leitbild entsprechen:

- 1.** Produzenten, Lieferanten und Dienstleister, die ein Umweltmanagementsystem (EMAS oder zumindest ISO 14001) betreiben
- 2.** Produzenten, Lieferanten und Dienstleister, die ökologische Produktalternativen anbieten
- 3.** Produzenten, Lieferanten und Dienstleister im regionalen Umfeld
- 4.** Produzenten, Lieferanten und Dienstleister mit denen eine gegenseitige Handelsbeziehung (gegenseitige Auftragsvergabe von Produkten/Dienstleistungen) besteht
- 5.** Produzenten, Lieferanten und Dienstleister, die wie wir einem regionalen Währungsverbund angehören

Ulenspiegel Druck arbeitet vornehmlich für Kunden aus der Region. Region fassen wir in einem Radius von etwa 100 km um unseren Standort. München liegt 45 km nördlich von Andechs, Rosenheim 100 km in östlicher, Augsburg 60 km in westlicher und Garmisch-Partenkirchen ebenfalls 60 km in südlicher Richtung entfernt. Auch bei unseren direkten Lieferanten und Dienstleistungspartnern orientieren wir uns an dieser Grenze.

Den größten Teil der Druckprodukte liefern wir mit unserem Kurierdienst direkt aus. Kleinere Mengen versenden wir klimafreundlich mit GoGreen. Für die gelegentlichen Fernlieferungen beauftragen wir eine regional ansässige Spedition.

Im Herbst 2012 wurden wir Mitglied im Währungsverbund "Bürger vermögen viel". Zukünftig werden wir über diesen Verbund einen Teil unserer Geschäfte in Regionalwährung abwickeln. Mit unserem Mitgliedsbeitrag sowie einem Betrag in Höhe von 3% unserer in Regionalwährung erzielten Umsätze fördern und unterstützen wir soziale und ökologische Projekte in unserer Region.

Wir sehen diese beiden Formen der Dezentralisierung als notwendige Schritte gegen eine sich ausschließlich an Zins- und Warenwachstum orientierenden Globalisierung, die bedenkenlos Flora, Fauna und menschliches Zusammenleben gleichermaßen zerstört und damit den Fortbestand dieses Planeten über kurz oder lang für immer aufs Spiel setzt.



Wir sehen eine auf ethischen Grundsätzen beruhende Einkaufslogistik als sinnvolles Instrument, um einer ausschließlich am schnellen Profit orientierten Wirtschaftsstruktur entgegenzuwirken. Mit unserer Einkaufspraxis leisten wir somit einen langfristigen Beitrag zum Erhalt regionaler Wirtschaftsräume, mit dem erklärten Ziel, die dienstleistende, handwerkliche und industrielle Vielfalt einer Region zu erhalten und vorhandene Liquidität in realen regionalen Wirtschaftszusammenhängen zirkulieren zu lassen.

Faire Konditionen sind für uns wichtig. Wir verhandeln weder die Preise unserer Dienstleister und Lieferanten, noch schreiben wir Dienstleistungen und Gewerke aus. Wir beauftragen keine Billiganbieter. Kunden, die politische, soziale oder ökologische Projekte und/oder Organisationen repräsentieren erhalten bei uns Rabatt. Wir legen Wert auf langfristige Lieferanten- und Kundenbeziehungen.

## **B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT**

Wir wollen mit möglichst wenig Fremdkapital wirtschaften, was momentan noch sehr schwierig ist, da immer noch einige Maschinenkredite über Banken finanziert sind. Private Kredite an den Betrieb werden überdurchschnittlich verzinst. Wir versuchen möglichst mit Skonto zu bezahlen bzw. die Zahlungsziele bei Lieferantenrechnungen einzuhalten. Das Tagesgeschäft wird über örtliche Banken (Kreissparkasse, Raiffeisenbank) abgewickelt.

Es ist für uns selbstverständlich, dass wir verantwortlich mit unseren Finanzen umgehen und kein riskantes Wirtschaften mit Geldern fördern oder, nur um schnelles Geld zu machen, in zweifelhafte Aktienfonds investieren. Deshalb gibt es für uns:

- Keine Spekulation auf Finanzmärkten
- Keine Zusammenarbeit mit Investmentbanken
- Keine Anlagen in unethischen Wertpapieren
- Keine Anlagen in Versicherungen mit unethischen Wertpapieren

Da wir aufgrund der wirtschaftlich angespannten Situation keine Rücklagen über das betriebssichernde Maß hinaus bilden können, haben wir zurzeit kein betriebliches Geldvermögen, das wir in gemeinwohlorientierten Veranlagungen anlegen könnten. Das gesamte bisher gebildete Vermögen steckt im laufenden Geschäft und wird u.a. für langfristige Kredite zur Betriebssicherung ausgegeben.

## **C1 ARBEITSPLATZ UND GLEICHSTELLUNG**

### **Arbeitszeit**

Unsere Mitarbeiter können in Abstimmung mit den Produktionsnotwendigkeiten und Terminvorgaben unserer Kunden ihre Arbeitszeit, soweit es möglich ist, selbst gestalten. Dies geschieht bei der täglichen morgendlichen und mit-täglichen Arbeitsbesprechung. Mitarbeiter haben hier die Möglichkeit ihre tägliche oder wöchentliche Verfügbarkeit darzustellen, die, soweit möglich, in der Arbeitsverteilung berücksichtigt wird. Überstunden werden meist durch Freizeit ausgeglichen oder falls das nicht möglich ist, bezahlt. Urlaubszeiten werden gemeinsam aufeinander abgestimmt, vorrangig werden Mitarbeiter mit schulpflichtigen Kindern bedacht.

### **Mitarbeiter**

Das Unternehmen wird geführt von einem Gesellschafterkollektiv (1 w, 2 m). Die vertraglich reinbarte Arbeitszeit beträgt in Vollzeit 38 Wochenstunden. In regulären Arbeitsverhältnissen sind 5 Personen (5 m) beschäftigt. Die durchschnittliche wöchentliche Arbeitszeit beträgt ebenfalls 38 Stunden. Für Akquise, Verkauf, Umweltmanagement, Werbemanagement sind zwei ehemalige Gesellschafter (1 w, 1 m) als freie Mitarbeiter und Berater beschäftigt.

## Schulungen

Interne Schulungen, wie etwa Sicherheitsschulungen oder andere innerbetriebliche Fortbildungen werden von unserer Sicherheitsfachkraft und/oder von unserem Umweltausschuss durchgeführt. Hierfür veranschlagen wir durchschnittlich 1,5 Tage pro Jahr.

Produktionsrelevante Fortbildungen werden je nach Bedarf angeboten. Diese erfolgen entweder innerbetrieblich durch externes Fachpersonal (Instruktoren) oder in externen Einrichtungen wie z.B. der Print-Media-Academy der Heidelberger Druckmaschinen AG oder der FOGRA Forschungsgesellschaft Druck e.V., bei der wir seit vier Jahren auch Mitglied sind.

## Löhne und Leistungen

Als ehemaliges Arbeitskollektiv gab und gibt es bei uns unabhängig von Alter und Geschlecht schon immer nahezu gleiche Bruttolöhne. Das Arbeitsentgelt orientiert sich an den Tariflöhnen für Flachdrucker und Medienoperator. Allerdings werden kein Urlaubs- und kein Weihnachtsgeld bezahlt.

Bisher wurde für alle Mitarbeiter in eine betriebliche Altersvorsorge auf Basis einer Kapitallebensversicherung eingezahlt. Allerdings wurde dieses Modell im Laufe der letzten 10 Jahre durch die Niedrigzinspolitik konterkariert. Für in den letzten 10 Jahren neu hinzugekommene Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen wurde daher keine Lebensversicherung mehr abgeschlossen. Einen Ersatz gibt es bis dato nicht, steht aber auf der Agenda.

In der momentanen ökonomisch schwierigen Lage in der Druckbranche geht es aber vor allem darum, die Arbeitsplätze zu erhalten.

Das tägliche gemeinsame, von den Mitarbeitern meistens frisch zubereitete Mittagessen wird vom Betrieb über Lohnzahlung an die Mitarbeiter subventioniert. Es trägt zur Entspannung und zum privaten Austausch unter den Mitarbeitern bei.

## Arbeitssicherheit und Gesundheit

Durch unsere Umweltmaßnahmen zur Reduktion und Eliminierung von ökologisch und gesundheitlich bedenklichen Betriebsstoffen sind die produktionsbedingten Gesundheitsbelastungen durch Chemie, Lärm etc. schon so gering wie möglich. Vorschläge zur Verbesserung ergonomischer Werte (Tischhöhen, Stühle, Fußmatten, Stehhilfen) können eingebracht werden und werden in der Regel auch umgesetzt.

Unser Sicherheitsbeauftragter kontrolliert und protokolliert die vorgeschriebenen Sicherheitsstandards und vermittelt sie in periodischen Schulungen an die Mitarbeiter und an Neuzugänge. Für den Umgang mit Hilfs- und Betriebsstoffen sind im ganzen Betrieb Aushänge in Form von Arbeitsanweisungen in den entsprechenden Bereichen angebracht.

In unserem jährlich aktualisierten Umwelthandbuch sind alle gesetzlichen wie betriebsinternen Vorschriften erfasst. Das Umwelthandbuch und die thematisch strukturierten Ablageordner für Arbeitssicherheit, Gefährdungsanalyse, Umweltaspekte etc. sind für alle Mitarbeiter frei zugänglich.

## Fluktuation, Hierarchie, Altersdurchschnitt

Die Fluktuation im Unternehmen ist relativ gering. In den letzten 15 Jahren schied ein männlicher Mitarbeiter (16 Jahre Betriebszugehörigkeit) wegen Ortsveränderung und Neuorientierung aus dem Unternehmen, ein zweiter (30 Jahre Betriebszugehörigkeit) ging in den Ruhestand, ein dritter (8 Jahre Betriebszugehörigkeit) schied wegen Neuorientierung aus. Für diese Abgänge kamen zwei neue männliche Mitarbeiter als Ersatz. Zwei weibliche Mitarbeiterinnen schieden wegen Ortsveränderung aus. Eine Auszubildende verließ den Betrieb nach Abschluss ihrer Lehre. Ein männlicher Mitarbeiter kehrte aus der Elternkarenzzeit an seinen Arbeitsplatz zurück.

Aufgrund der flachen Hierarchie finden bei uns Beförderungen nicht statt. Die Frauenquote hat sich in den letzten 20 Jahren von 60% auf 20% verringert, hauptsächlich durch Ortswechsel und/oder Schwangerschaft und den anschließenden Rückzug der Frauen in „klassische“ Familienmodelle. Nur eine Mitarbeiterin ist nach der Geburt ihres Kindes nach längerer Auszeit wieder an ihren Arbeitsplatz zurückgekehrt.

Der Altersdurchschnitt der Mitarbeiter beträgt 47 Jahre. Neun Mitarbeiter sind Deutsche deutscher Herkunft. Ein Mitarbeiter ist Deutscher senegalesischer Herkunft.

## C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT

Alle Mitarbeiter sind In Vollzeit beschäftigt. Der Stundenlohn ist annähernd gleich. Mehrbelastungen, etwa durch lange Arbeitswege, werden extra vergütet. Ansonsten gibt es keine Hierarchie in der Entlohnung. Gesellschafter und Angestellte bewegen sich auf annähernd gleichem Lohnniveau. Überstunden werden entweder in Freizeit und nur falls das nicht möglich ist, über die monatliche Lohnzahlung am Jahresende verrechnet.

In der Druckbranche ist eine langfristige durchschnittliche Kapazitätsauslastung sehr schwer zu organisieren. Viele Unternehmen unserer Branche kompensieren schlechte und gute Auftragslagen durch flexible Zeitarbeiter, Freelancer, befristete Arbeitsverhältnisse oder durch ein vertraglich festgelegtes Überstundenkontingent, das im Bedarfsfall ausgeschöpft werden kann (All-Inklusiv-Verträge).

Wir versuchen, trotz der angespannten Lage auf dem Druckmarkt, den Mitarbeiterstamm zu erhalten und nicht durch bedarfsabhängige Zeitarbeiter zu ersetzen. Die Vollzeitbeschäftigung ist vertraglich auf 38 Wochenstunden festgelegt. Wir haben keine All-Inklusiv-Verträge. Die durchschnittliche Anzahl an Überstunden liegt nach Saldierung des Zeitkontos maximal bei 50 Stunden pro Jahr und Arbeitnehmer.

In Arbeitsbereichen in denen es möglich ist, beschäftigen wir Aushilfen auf 400.-€-Basis. Für diese werden, sofern sie nicht in einem anderen Arbeitsverhältnis versichert sind, Sozialversicherungsbeiträge pauschal entrichtet.

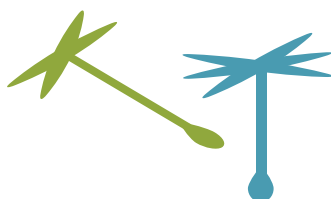
Sollte es zu einer dauerhaften stabilen Verbesserung der Auftragslage kommen, wären zusätzliche Arbeitsplätze, wenn möglich auch in Teilzeit, zur Entlastung der übrigen Belegschaft durchaus vorstellbar.

Teilzeit wurde immer wieder über die Jahre vor allem von Arbeitnehmerinnen genutzt, hauptsächlich um Kind und Beruf besser zu verbinden. Meist wurde die Halbtagsanstellung gewählt, manchmal auch die 4-Tage-Woche. Dies wurde über Organisations- und Produktionsplanung vom Betrieb unterstützt. Zusätzliche Arbeitskräfte wurden aber dafür nicht eingestellt.

Neueinstellungen sind angesichts der Geschäftslage momentan nicht geplant.

## Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit

Der ursprüngliche Ansatz des Kollektivs „Gemeinsam Leben, gemeinsam Arbeiten“ sah weder eine Trennung von Lebens- und Arbeitszeit noch eine räumliche Trennung von Leben und Arbeiten vor. In den Anfängen des Unternehmens waren Wohn- und Arbeitsräume nicht strikt getrennt. Z.B. gab es einen Ruheraum, der auch als Wohnzimmer diente, und die gemeinsame Küche wurde sowohl privat wie auch betrieblich genutzt.





Das Ansinnen Arbeitszeit auch als Lebenszeit zu sehen, ist teilweise noch immer in unseren Strukturen verankert. Einige Mitarbeiter sind anderweitig künstlerisch tätig und verbinden die Arbeit im Unternehmen mit diesen Aktivitäten.

Mit unserer Edition „Zweite Reihe“ werden von Mitarbeitern geschaffene Werke der bildenden Kunst, der Kunstfotografie, Musikeditionen etc. direkt im Unternehmen hergestellt und publiziert, z.B. eine Plakatserie oder CD-Covers. Dieses Projekt wird über verschiedene Internetplattformen (DAWANDA, Firmen-Homepage, private Homepages) vermarktet.

## **C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITER**

### **Ernährung**

Wir haben einen Küchenplan, in dem der Turnus für den Küchendienst geregelt ist. Der Küchendienst ist für alle Mitarbeiter des Unternehmens verpflichtend. Die Zeit für Einkauf, Kochen und Küchendienst werden vom Unternehmen bezahlt. Der einzelne Mitarbeiter ist für die Wahl des Mittagsmenus verantwortlich. Die Zutaten für das Essen bezahlt der jeweilige Mitarbeiter aus eigener Tasche. Darüber hinaus erhalten wir biologisches Obst 1x wöchentlich über die regionale Ökokiste des Amperhofs. Kaffee und Espresso beziehen wir als Direktimport aus der Kaffeegenossenschaft Mut Vitz in Mexiko, Tee von der Mensch und Natur AG in Eurasburg, Getränke wie Säfte und Wasser von einem regionalen Getränkelieferanten. Die Kosten für Obst, Getränke, Kaffee und Tee werden vom Unternehmen bezahlt. Dieses Angebot wird von allen Mitarbeitern angenommen.

### **Mobilität zum Arbeitsplatz**

Durch die relativ isolierte Lage unseres Standorts (über ÖPNV nur auf einer Route erreichbar) ist die Mehrzahl der Mitarbeiter auf die Nutzung eines individuellen PKWs angewiesen. Ein Mitarbeiter wohnt am Ort des Unternehmens, zwei weitere können den ÖPNV nutzen. Wenn möglich bilden einige Mitarbeiter, die im gleichen Ort wohnen, Fahrgemeinschaften.

### **Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse**

Durch unser Umweltmanagementsystem EMAS haben wir eingespielte Organisationsmechanismen geschaffen, die nicht nur die erforderlichen betrieblichen Abläufe regeln sondern darüber hinaus zur Sensibilisierung der Mitarbeiter beitragen (sollen). Unser Umweltausschuss tagt halbjährlich und steht nicht nur den Mitgliedern sondern auch allen interessierten Mitarbeitern offen. Darüber hinaus gibt es wöchentliche Geschäftsführersitzungen, bei denen unterschiedliche Themen aus den einzelnen Arbeitsbereichen (Fehler, Verbesserungen, Auftragsnachlese etc.) besprochen werden. Im Folgenden die Beschreibung unseres Organisationssystems für unser Umweltmanagement, wie es in unserem aktuellen Umwelthandbuch niedergelegt ist:



## Unser Organisationssystem für den Umweltschutz

### Umweltausschuss

Ein Umweltausschuss, zusammengesetzt aus Mitarbeitern der drei relevanten Produktionsbereiche Druckvorstufe, Druck und Weiterverarbeitung erarbeitet die einzelnen Umweltmaßnahmen und überwacht und bewertet ihre Durchführung.

### Umweltbeauftragter

Ein Umweltbeauftragter, der von der Geschäftsführung beauftragt ist, trägt die Gesamtverantwortung für die Maßnahmen und die Erfüllung umweltrechtlicher Anforderungen.

### Umwelthandbuch

Die Aufgaben des Ausschusses und des Umweltbeauftragten werden durch ein Umwelthandbuch geregelt. Dieses schreibt Abläufe für den Umgang mit umweltrelevanten Stoffen vor und gibt Handlungsanweisungen für den Einkauf von Waren, Hilfsmitteln, Maschinen.

### Handlungsanweisungen

Wesentliche Bestandteile des Organisationssystems sind Handlungsanweisungen, Verfahrensvorschriften, Protokolle des Umweltausschusses.

### Zuständigkeitsmatrix

Die Umsetzung aller betriebs- und umweltrechtlichen Vorschriften wird über eine Zuständigkeitsmatrix geregelt und damit systematisch in alle Abläufe integriert.

### Kennzahlen

Zur Kontrolle der Umweltmaßnahmen werden vom Umweltausschuss aussagekräftige Kennzahlen entwickelt und fortgeschrieben.

## C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

Da die Ulenspiegel GmbH & Co.KG aus einem Kollektivbetrieb entstanden ist, wurde versucht, das Prinzip des Einheitslohnes beizubehalten. Die Unterschiede in der Entlohnung betragen maximal 15%. Sie sind abhängig von der Betriebszugehörigkeit, den finanziellen Notwendigkeiten (Kinder, aufwändiger Arbeitsweg etc.), sowie den Aufgaben, die im Betrieb zusätzlich zum normalen Arbeitsalltag übernommen werden (z.B. allgemeine Wartungsarbeiten, allgemeine Organisationsarbeiten wie z.B. Papierlagerverwaltung, Archivierung). Basis ist aber immer ein annähernd gleiches Lohnniveau und orientiert sich an den Durchschnittslöhnen der Branche für Medienoperator, Offsetdrucker, Weiterverarbeiter.

### Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen

Wir haben so gut wie keine relevante Spreizung des Bruttoeinkommens. Jeder, auch die Gesellschafter/Geschäftsführer erhält Lohn auf der Basis des annähernd gleichen Lohnniveaus. Auf der Basis der gleichen Wochenstundenzahl beträgt das Verhältnis zwischen dem höchsten (2.700.-€) und dem niedrigsten (2.400.-€) Bruttoeinkommen 1:1,13.

Wir bezahlen keine Tariflöhne, kein 13. Monatsgehalt und kein Urlaubsgeld. Unser Lohnniveau orientiert sich am durchschnittlichen Bruttolohn eines Flachdruckers, der statistisch für die Altersgruppe von 30 bis 45 Jahren bei 40 Wochenarbeitsstunden in Bayern zwischen 2.270 € und 2.726 € liegt.

Das Bedarfseinkommen liegt somit bei durchschnittlich 2.550 € brutto, d.i. ein durchschnittlicher Bruttostundenlohn von 16,75 €. Es ist ausreichend für die Lebenserhaltungskosten in unserer Region. Aushilfen erhalten einen Nettostundenlohn von 12,50 €. Der Landkreis Starnberg zählt bei der Lebenserhaltung zu den teuersten Regionen Deutschlands.

### Transparenz und Institutionalisierung

Das Gesellschafter-Kollektiv berät und entscheidet über Arbeitszeiten, Löhne und Gewinnverteilung. Jeweils am Jahresende wird in der Betriebsversamm-

lung das Geschäftsergebnis vergangenen Jahres und ein Ausblick auf das kommende Jahr vorgestellt.

Arbeitszeiten und individuelles Gehalt sind für alle Mitarbeiter transparent und nachvollziehbar dargestellt. Lohnlisten sind für alle Mitarbeiter einsehbar und werden in der Mitarbeiterversammlung auch öffentlich kommuniziert.

## **C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ**

### **Grad der Transparenz**

Kritik an Verhalten oder der Qualität der Arbeit fallen innerhalb der gesamten Belegschaft nicht leicht. Ein Fehlermanagement, das in vergangenen Jahren einzuführen versucht wurde, ließ sich über einen längeren Zeitraum nicht aufrechterhalten. Dennoch werden konstruktive Kritik und selbstkritischer Umgang mit Fehlern als äußerst wichtig angesehen. Dies wird auch immer wieder in der Mitarbeiterversammlung so kommuniziert. Leider haben wir aber bis dato noch keinen Weg gefunden die Offenheit, die dazu notwendig wäre, effektiv und zukunftsweisend herzustellen.

### **Legitimierung der Führungskräfte**

Es gibt innerhalb der Belegschaft keine Führungskräfte. Fachliches Wissen und betriebsspezifische oder produktionstechnische Abläufe werden innerhalb der einzelnen Abteilungen direkt und auf Augenhöhe zwischen den Mitarbeitern vermittelt. AZUBIs werden innerhalb der Abteilungen vom zuständigen Ausbilder angeleitet.

Im Jahr 2013 gab es einen Gesellschafter- und Geschäftsführerwechsel. Dieser Wechsel und die Bedingungen ihn umzusetzen, wurden über einen Zeitraum von sieben Jahren mit der gesamten Belegschaft diskutiert und kommuniziert. Alle Mitarbeiter erhielten dabei die Option, in das neue Geschäftsführer-Kollektiv einzusteigen und jeweils gleiche Anteile am Betrieb zu erwerben.

Letztlich haben sich eine Mitarbeiterin und ein Mitarbeiter für diese Option entschieden. Drei der bisherigen vier Eigentümer haben ihre Anteile am Unternehmen an diese beiden jüngeren ambitionierten Mitarbeiter und den bleibenden Gesellschafter verkauft, so dass ein sinnvoller Generationenwechsel stattfand. Die Legitimierung der ehemaligen angestellten Mitarbeiter als neue Führungskräfte ergab sich naturgemäß aus deren Übernahme der Gesamtverantwortung für das Unternehmen.

### **Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen**

Das Gesellschafter-Kollektiv kann laut GmbH-Vertrag nur einstimmig Grundsatz- und Rahmenentscheidungen treffen.

Mitarbeiter können beratend bei Entscheidungen mitwirken, die ihre Arbeitsplätze (Ausstattung, maschinelle Erneuerungen etc.) betreffen, haben aber kein Stimmrecht.

### **Mit-Eigentum der Mitarbeiter**

100% Prozent des Eigentums liegt in der Hand der tätigen Gesellschafter. Mitarbeiter können Gesellschafter werden. Da aber der GmbH-Vertrag nur einstimmige Grundsatz- und Rahmenentscheidungen vorsieht, kann ein Beitritt nur erfolgen, indem ein neuer Gesellschafter einen gleich großen Anteil und damit gleiches Stimmrecht an der Gesellschaft erwirbt, wie ihn die bisherigen Gesellschafter besitzen. Für die Bewertung eines Gesellschaftsanteils wird das Stuttgarter Verfahren angewendet.

Ein neuer Gesellschafter wird dann entweder durch entsprechende Kapitalerhöhung Miteigentümer oder durch den Verkauf entsprechender Anteile der

Alteigentümer an den neuen Gesellschafter. Dieses Vorgehen wurde bisher im Jahr 1989 (Einstieg eines Mitarbeiters als neuer Gesellschafter) und im Jahr 2013 (Verkauf des Unternehmens durch die Altgesellschafter an zwei Mitarbeiter angewendet.

## **D1 ETHISCHES VERKAUFEN**

Das Budget für unsere Marketingmaßnahmen beläuft sich durchschnittlich auf ca. 16.000.- € pro Jahr. Darin enthalten sind Ausgaben für persönliche Neukundenakquise per Telefon oder vor Ort, Webhosting, Herausgabe unserer Kundeninformation „Druckfrisch“, Kosten für Messeauftritte, Mitgliedschaftsbeiträge in Netzwerken und die Aktivitäten zur Pflege unseres aktuellen Kundenstamms.

### **Produkttransparenz, fairer Preis und ethische Auswahl der Kunden**

Zur Transparenz unserer Produkte gehört die Offenlegung der Produkteigenschaft (Herkunft und Erzeugung des Papiers, Eigenschaften der benutzten Farbe, zugekaufte Fremdleistungen).

Ein von uns angebotener Produktpreis beinhaltet die Aufwendungen zur Erhaltung unseres Betriebes. Gewinne dienen ausschließlich der Wirtschafts- und Produktionsfähigkeit, nicht der persönlichen Bereicherung. Wir betreiben kein Preisdumping zum Kundenfang, kein unseriöses Ökomarketing, wie es die Branche gerne betreibt, keine Gewinnverlosung bei Auftragserteilung etc. Kunden wählen wir, soweit möglich, gezielt gemäß unserem Leitbild und dem des Kunden aus. Der Erstkontakt findet zumeist telefonisch durch unsere externe Akquisiteurin statt, die den potentiellen Kunden unsere ökologische Kompetenz als einer der Marktführer für ökologische Printproduktion vorstellt.

Unsere aktuelle Umwelterklärung 2015 erschien unter dem Motto „Ethische Verantwortung statt Öko-Marketing“.

### **Upcycling von alten Plakaten und Buchumschlägen**

Das Buchheim Museum hat einen Altbestand an Plakaten und Büchern von alten Ausstellungen, die im Museumsshop nicht mehr verkauft werden können. Ulenspiegel hat ein Restpapierlager mit Papieren, die von Stückzahl und Spezifikation nicht mehr für aktuelle Druckaufträge genutzt werden können. Gemeinsam mit der Presseabteilung des Museums wurden von uns Produkte entwickelt, die wiederum im Museumsshop verkauft werden können (aus den alten Plakaten und Buchumschlägen wurden entsprechende Motive in Formaten herausgeschnitten, die nun als Umschläge für Schreibhefte oder Schreibblocks dienen und anschließend zusammen mit unseren Restpapieren zu solchen Produkten verarbeitet wurden.

### **Upcycling von Restpapieren**

Wir bieten unseren Kunden an, z.B. Einladungskarten oder Faltprospekte oder auch andere Druckprodukte aus unserem Restpapierbestand zu fertigen. Die Kunden erhalten diese Produkte zu einem günstigeren Preis, da wir das dafür benötigte Papier aus unserem Restelager nicht berechnen.

### **Service-Management**

Im Mittelpunkt unseres Service-Konzeptes steht die Kundenzufriedenheit. Um dies zu erreichen, streben wir eine maximale Transparenz unserer Angebote an. Im Vorfeld eines Auftrags werden den Kunden Papiermuster oder Vorprodukte, wie z.B. sog. Blindmuster, Digital-Farbproofs oder fertige Formproofs auf Papier zur Verfügung gestellt. Zusätzlich geben wir unseren Kunden die Möglichkeit vor Ort beim Andruck des jeweiligen Produkts anwesend zu sein. Durch diese Maßnahmen wird ein Großteil möglicher Fehler und Missverständnisse vermieden.

Kundendaten werden von uns kostenlos über einen Zeitraum von mindestens 5 Jahren archiviert. Ebenso lagern wir Teilaufgaben von Druckprodukten unserer Kunden auf Abruf ein.

Langjährige Kundenbeziehungen und geringe Fluktuation bei unseren Kunden bestätigen dieses Konzept.

Beschwerden (Produktmängel, Servicemängel etc.) werden grundsätzlich ernst genommen. Sind sie berechtigt, wird versucht, das Produkt nachzubessern oder, falls notwendig, komplett neu zu drucken. Bei Servicemängeln wird versucht, diese Mängel abzustellen und zukünftig mangelhafte Abläufe zu optimieren. Forum hierzu sind die turnusmäßigen Nachbesprechungen der einzelnen Aufträge. Um Mängel im Vorfeld auszuschließen, gibt es Arbeitsanweisungen, die jedem Mitarbeiter in den jeweiligen Abteilungen zur Verfügung gestellt und bei Bedarf ergänzt werden.

## **D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN**

Durch unsere Umwelterklärung, die nach der EMAS-Verordnung Nr.1221/2009 jedem Interessierten zugänglich sein muss, können sich alle (darunter auch Mitbewerber) über unsere internen Kennzahlen, Daten, Fakten und betrieblichen Ziele informieren. Diese Umwelterklärung wird kostenlos jedem Interessierten in gedruckter Form zur Verfügung gestellt und ist darüber hinaus auch als Download auf unserer Internetseite verfügbar.

### **Zusammenarbeit mit Mitbewerbern, kooperative Marktteilnahme**

Seit mehr als 25 Jahren sind wir außerdem einer der Organisatoren und Teilnehmer eines überregionalen Branchentreffens, den sog. „Frühlingstagen“. Dahinter verbirgt sich ein Bündnis verschiedener, über ganz Deutschland verteilter Druckereien und Druckverarbeitungsbetrieben, die in ihren Unternehmen soziale und ökologische Werte, wie kollektive Strukturen, basisdemokratische Entscheidungen, ökologische Produktionsprozesse thematisieren und umzusetzen versuchen. Jeweils ein Betrieb organisiert und lädt zu diesem turnusmäßigen Treffen ein.

Wir veranstalten und nehmen an diesen Treffen teil, um bestimmte ökologische und soziale Inhalte und Werte gemäß unserer Leitlinien auf einer gesellschaftlichen Ebene zu kommunizieren, um durch dieses Forum die beschriebenen Themen voranzubringen. Schwerpunkte auf diesen Treffen sind strukturelle, wirtschaftliche, personelle und natürlich technische Fragestellungen und Perspektiven.

Eine Weitergabe oder ein Austausch von Arbeitskräften findet bis dato nicht statt.

Je nach Auftragslage und produktionsbedingter Kompetenz werden Aufträge vorbehaltlich des Kundenschutzes an Mitbewerber und befreundete Betriebe vergeben.

Kooperative Marktteilnahme kommt hin und wieder vor in Form von gemeinsamen Messeauftritten mit Mitbewerbern und bei branchenspezifischen Veranstaltungen.

Zinsfreie Stundungen bzw. Vorabzahlungen sind für uns solidarische Hilfsmittel, wenn Kunden bzw. Lieferanten Liquiditätsengpässe erleiden.



## D3 ÖKOLOGISCHE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Ökologische Aspekte bei der Produktion von Drucksachen haben bei uns einen hohen Stellenwert. Grundsätzlich gilt es, Ressourcen zu schonen, Emissionen zu vermeiden und möglichst ökologisch verträgliche Hilfs- und Produktstoffe zu verwenden.

Recyclingpapier weist gegenüber herkömmlichen Papieren die beste ökologische Bilanz auf: Wasserverbrauch und Energieeinsatz beschränkt sich auf ein Drittel gegenüber herkömmlichen Papieren. Deshalb setzen wir diese Papiere, wo es möglich ist, verstärkt ein.

Wir verzichten bei der Produktion von Drucksachen bewusst auf umweltschädliche Lackveredelungen (z.B. UV-Lackierung oder Folienkaschierungen), stattdessen versuchen wir, durch ausführliche Produktberatung unsere Kunden für umweltfreundliche Drucklackierungen zu sensibilisieren.

Wir drucken explizit keine Massenwerbung (wie z.B. „Supermarkt-Fresszettel“ o.ä.) Wir entwickeln gemeinsam mit unseren Kunden ökologisch wertvolle Druckprodukte und favorisieren dabei traditionelle Veredelungstechniken wie Stanzen, Prägen, Rillen, Perforieren, die die Umwelt nicht belasten und dem Medium Papier Raum lassen, anstatt es mit Plastiküberzügen und Glanzlackierungen zu entwerten.

### Ökologische Aspekte der Kundenbeziehung

Unsere Kunden werden regelmäßig über die ökologischen Aspekte unserer Produkte und unserer Produktionsabläufe informiert. Dies geschieht periodisch durch unsere Umwelterklärung, unser Kundeninfo „Druckfrisch“ und unsere Homepage, auf der wir Produkte vorstellen und/oder unsere Zertifikate (PEFC, FSC, CO<sub>2</sub>-frei drucken, EMAS) veröffentlichen. In diesen Veröffentlichungen vergleichen wir unsere Produkte mit gleichen oder ähnlichen Produkten des Marktes im Hinblick auf den ökologischen Mehrwert und Zusatznutzen nachhaltig produzierter Produkte.

Wir unterstützen unsere Kunden bei der Gestaltung ihrer Drucksachen durch Überprüfung ihrer Druckdaten (Satzfehler, Datumsangaben usw., schlechte Bildauflösung, falsche Beschnitte etc.). Dadurch wird vermieden, dass Produkte wegen Fehlern im Satz oder sonstiger Mängel neu gedruckt werden müssen oder mangelnde Aktualität zu eigentlich vermeidbaren Nachauflagen zwingt. Darüber hinaus beraten wir unsere Kunden bei der Auflagenhöhe, damit nicht - wie in der Branche generell üblich - eines vermeintlichen Preisvorteils wegen mehr als notwendig gedruckt wird. Neben den beschriebenen Informationen beraten wir unsere Kunden persönlich vor Ort und im Haus über die ökologisch verträglichste Umsetzung ihrer Druckprodukte.

Als Partner der Initiative Pro Recyclingpapier und als einer der größten Verarbeiter von Recyclingpapier mit dem Blauen Engel in unserer Region bemühen wir uns, unsere Kunden vom ökologischen und ästhetischen Nutzen dieser Recyclingpapiere zu überzeugen.

### Kommunikation

Mit unserer Umwelterklärung, die jährlich aktualisiert und alle 2 Jahre an unsere festen Kunden in gedruckter Form geschickt wird, stellen wir die größtmögliche Transparenz unserer betrieblichen Abläufe und Maßnahmen für eine ökologisch wie auch sozial verantwortungsbewusste Printproduktion her. Darüber hinaus geben wir meist 4x jährlich unser Kundeninfo „Druckfrisch“ heraus, das von partnerschaftlich mit uns verbundenen Designagenturen gestaltet wird. Hier bekommen Kunden und solche, die es werden wollen (sollen) aktuelle Informationen aus unserem Betrieb, aber auch über allgemeine Themen zur ökologischen Verträglichkeit von Druckfarben, Papieren, oder kritische Einlassungen zu bestimmten (unseriösen) Marketingmaßnahmen innerhalb der Druckbranche.

## D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Meistens findet der Erstkontakt per Mail oder Telefonanruf statt. Darüber hinaus können sich Kundenden vor Ort in unserem Haus durch entsprechende Ansichtsexemplare über unsere Produkte informieren. Zu Kunden, die nicht in der Lage sind, uns zu besuchen, kommen wir ins Haus.

Es gibt bei uns keinen generellen Anteil an Ressourcen im Vertrieb, Marketing und im Produktmanagement, der für benachteiligte Kunden-Gruppen eingesetzt wird. Dies wird von Fall zu Fall vom Geschäftsführer-Kollektiv entschieden.

Soweit es uns finanziell möglich ist, unterstützen wir die Herstellung und den Vertrieb weltanschaulich oder sozial orientierter Veröffentlichungen oder Informationsmaterialien.

Wir machen bewusst keine Unterschiede zwischen „Klein- und Großkunden“. Grundlage unserer Kalkulationen ist immer unser, die Existenz sichernder, kalkulatorischer Stundensatz für Eigenleistung sowie die Kosten der jeweiligen Produktstoffe bzw. externer Dienstleistungen, die für das Produkt benötigt werden. Preisunterschiede bei unseren Produkten entstehen fast ausschließlich durch Auflagenhöhe oder den Mehraufwand durch notwendige Vorproduktleistungen.

Beim Service machen wir keine Unterschiede.

Sinnstiftende regionale Aktivitäten (z.B. der AZUBI-Tag) von Non-Profit-Unternehmen werden von uns teilweise durch Sachspenden oder durch Veröffentlichungen über unsere Kundeinfo „Druckfrisch“ unterstützt.

## D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

Als einer der bundesdeutschen Marktführer in Sachen nachhaltiger Druckproduktion haben wir in den letzten 15 Jahren entscheidend zur Standardentwicklung innerhalb der Branche beigetragen. In Kooperation mit gleichgesinnten Mitbewerbern aus dem gesamten Bundesgebiet haben wir immer wieder Vorträge anlässlich diverser Veranstaltungen (Druckforum der Heidelberger Druckmaschinen AG, nationale Buchbindertagung, nationale Frühlingstage) über nachhaltige und technische Umsetzung ökologischer Printproduktion gehalten.

Kooperation mit gleichgesinnten Mitbewerbern ist für uns, soweit möglich, selbstverständlich.

Als Partner der Initiative Pro Recyclingpapier haben wir neben unserer Kundenberatung immer wieder Kampagnen zur Verwendung von Recyclingpapier unterstützt. Gemeinsam mit fünf weiteren Druckereien aus dem gesamten Bundesgebiet haben wir im Auftrag des Hamburger Forums Ökologie und Papier eine Informationsbroschüre gefertigt, die über das Umweltbundesamt bezogen werden kann. Die Broschüre wurde in einer hohen Auflage auf unterschiedlichen Papieren verschiedener Recyclingpapierhersteller gedruckt, die diese kostenlos zur Verfügung stellten. Gedruckt wurde ausschließlich mit mineralölfreien Farben. Die Eigenleistung der am Projekt beteiligten Druckereien wurde nicht berechnet





## Ulenspiegel-Klima-Initiative

Seit dem 1. Januar 2016 haben wir unsere komplette Produktion und unseren Standort CO<sub>2</sub>-neutral gestaltet. Maßnahmen zur CO<sub>2</sub>-Vermeidung, z.B. Strom aus Wasserkraft, Energierückgewinnung, Verwendung energiesparend hergestellter Produkte und Hilfsstoffe, sind bei uns schon seit langem im Unternehmen implementiert.

Mit unserer Klima-Initiative unterstützen wir das Klimaschutzprojekt Cikel Brazilian Amazon REDD APD Project – avoiding planned deforestation im Bundesstaat Para, Brasilien. Es beinhaltet den Abbruch geplanter Entwaldungen. Der amazonische Urwald wird dadurch geschützt und bleibt bestehen. Dafür wurde von uns ein eigenes Logo entwickelt, das in Zukunft auf Wunsch unserer Kunden auch auf deren Drucksachen werben kann.

**Ulenspiegel Druck CO<sub>2</sub>-free**  
**Schützt den Amazonas**  
**Klimaneutral gedruckt**  
VCU-20070719-20100718



## E1 Sinn und GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

Mit 248 kg pro Kopf und Jahr liegt Deutschland mit an der Weltspitze beim Papierverbrauch. Ur- und Regenwälder fallen noch immer in nicht unwesentlichem Maß der Papierproduktion zum Opfer. Auch die Siegel der ökologischen Waldbewirtschaftung, FSC und PEFC, können den Druck auf das Ökosystem Wald nicht wirklich verhindern. Die von uns hergestellten Printprodukte fördern ebenfalls den Pro-Kopf-Papierverbrauch, auch wenn wir versuchen, möglichst viele unserer Printprodukte mit Recyclingpapieren zu produzieren. Eine zentrale Aufgabe unseres Marketings zielt deshalb darauf, bei Drucksacheneinkäufern, Werbeagenturen und anderen Druckereien das Bewusstsein dafür zu schärfen, den gesellschaftlich/menschlichen Grundbedarf an Printprodukten sowohl an die globalen als auch individuellen Gegebenheiten (Endlichkeit von Ressourcen, Einsatz umweltschonender Materialien, Auflagenhöhe) anzupassen.

Information und Teilhabe sind Grundbedürfnisse des Menschen. Beide verbinden sich in modernen Gesellschaften nicht nur in der persönlichen Kommunikation von Mensch zu Mensch sondern ebenso im medialen Bereich und helfen den Menschen ihr individuelles wie auch ihr gesellschaftliches Sein zu verstehen. Letztlich aber vollzieht sich die Erfüllung dieser beiden genannten Grundbedürfnisse ähnlich wie beim Essen, Trinken, Arbeiten, Reisen etc. durch die Aneignung der Natur und kann dauerhaft nur im Einklang mit dieser nachhaltig funktionieren.

## Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen

Beschränkt man sich beim ökologisch/sozialen Vergleich gedruckter Produkte auf die Bereiche der Information und Teilhabe und setzt sie in Beziehung zu Medien wie Internet und Fernsehen, so schneiden die Produkte der Printmedien (z.B. Sachbuch, Lehrbuch, Belletristik u. ä.) besser ab. Laut der „Umsicht-Studie“ des Fraunhofer-Instituts erzeugt die Herstellung eines gedruckten Schulbuches im Durchschnitt 16,7 kg an CO<sub>2</sub>-Emission, die Nutzung des gleichen Buches mit einem Notebook via Internet erzeugt 12,0 kg CO<sub>2</sub>. Der durchschnittliche Lebenszyklus/Nutzung eines gedruckten Buches liegt jedoch bei



knapp 10 Jahren, was einem CO<sub>2</sub>-Ausstoß von etwa 1,8 kg pro Nutzung entspricht. Ähnlich verhält es sich bei der gedruckten Zeitung im Vergleich zur Online-Ausgabe. Zu berücksichtigen ist dabei auch wieder die Art der Nutzung. Eine gedruckte Tageszeitung wird durchschnittlich von 2,8 Personen gelesen. Die Internetzeitung kann nur von jeweils einer Person gelesen werden. Durch die erhebliche Diversität unserer Druckprodukte ist es schwierig eine tatsächliche Ökobilanz pro einzeltem Printprodukt im Vergleich zur Nutzenalternative zu erstellen. Dies hängt von vielen Faktoren ab, etwa Papierauswahl, Auflagenhöhe etc., wie es auch für die Nutzung des Internets mit unterschiedlicher (moderner, veralteter, grüner) Hardware gilt.

Fakt bleibt jedoch, dass Printprodukte noch immer durch Haptik, Gestaltung und gemeinschaftliche Nutzung stärker in ein Sozialgefüge eingebunden sind, als es die individuelle Benutzung des Internets ist.

## **E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN**

Da wir bis dato keine wirkliche Dokumentation für geldwerte Maßnahmen haben, außer den Spendenquittungen von Organisationen, die solche ausstellen, können wir nur eine ungefähre Einschätzung geben. Da aber NGOs und soziale Gruppierungen einen Teil unserer regulären Kundschaft ausmachen, und wir diese Kunden mit Rabatten unterstützen, dürften 2 % unseres Umsatzes durchaus realistisch sein.

Im Zuge unserer Gemeinwohlabilanzierung werden wir zukünftig Daten für solche Leistungen erheben.

### **Regionale Aktivitäten**

Als Mitglied des Unternehmerverbandes Wirtschaftsraum Starnberg (UWS) und der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung (GFW) haben wir in diesen Gremien immer wieder öffentliche Veranstaltungen zum Thema Betriebliches Umweltmanagement organisiert, die auch großen Anklang fanden und über die in der Presse ausführlich berichtet wurde.

2008 schafften wir es auf die Shortlist der Druck und Medien Awards unter die fünf nachhaltigsten Druckereien Deutschlands.

2012 erhielten wir den Wirtschaftspreis für das nachhaltigste Unternehmen im Landkreis Starnberg.

2015 hielten wir in unserem Haus eine Veranstaltung zur Gemeinwohlokonomie mit Jörn Wiedemann als Referenten. Das Echo aus den anwesenden Unternehmen des Landkreises Starnberg war enorm, ebenso die Berichterstattung in Süddeutscher Zeitung, Starnberger Merkur und Kreisbote.

Beim jährlichen Tag der Ausbildung, der von der GFW veranstaltet wird, stellen wir unseren Betrieb vor, indem wir für potentielle AZUBIs Führungen durch den Betrieb abhalten und Daten und Fakten für die bei uns möglichen Ausbildungen kommunizieren. In diesem Bereich bieten wir auch immer wieder Praktikumsplätze zur Orientierung für Schüler aller Schulgattungen an. Ebenso haben wir uns in den letzten Jahren in der AZUBI-Akademie als Lehrer für bestimmte Unterrichtseinheiten zur Verfügung gestellt.

### **Zusammenarbeit mit NGOs (Nichtregierungsorganisationen)**

Darüber hinaus engagieren wir uns aktuell im Bayerischen Flüchtlingsrat, bei Refugio München sowohl durch finanzielle wie auch persönliche Unterstützung. Im Asylarbeitskreis unseres Ortes Andechs bieten wir u.a. Praktika zur Berufseingliederung für Asylanten an.

Der Zusatznutzen liegt für uns in der Einbindung in die unterschiedlichen politisch/sozialen/ökologischen Netzwerke wie auch in der gesellschaftlichen Verankerung unserer Aktivitäten sowohl als nachhaltig arbeitender Wirtschaftsbetrieb wie auch als sozialer Raum. Unser Engagement als politische Aktivistin ist seit Gründung des Unternehmens im Jahr 1978 unstrittig. Sowohl in der Hausbesetzerszene als auch in der Anti-AKW-Bewegung waren einige

unserer Mitarbeiter mehr oder weniger aktiv, weshalb wir immer wieder auch durch unser Unternehmen verschiedene Aktivitäten in Form unentgeltlicher Druckdienstleistungen unterstützt haben. Eine klar definierte Strategie zur Bündelung von gesellschaftlich wirksamen Maßnahmen und Aktivitäten gab und gibt es nicht. Dies wurde und wird von Fall zu Fall im Geschäftsführerkollektiv und gegebenenfalls im Plenum diskutiert und entschieden.

## **E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN**

Mit der Einführung unseres Umweltmanagementsystems EMAS im Jahr 1999 haben wir begonnen, alle unsere Produktionsprozesse so umweltfreundlich wie möglich zu gestalten. Vermeidung von Energie und Ressourcen haben bei uns Vorrang. Unser Managementsystem beruht auf der Formel: Vermeidung, Verminderung, Kompensation. Es gibt einige Aspekte, die für uns sehr wichtig sind, da sie direkte Auswirkungen auf Umwelt und Klima haben. Das sind Emissionen in die Luft und der Verbrauch von Wasser, der Einsatz von fossiler und elektrischer Energie sowie die Emission hochflüchtiger sowie wassergefährdender Stoffe.

Durch geeignete Maßnahmen, wie z.B. der Installation einer Reinstwasseranlage zur Reduzierung von Isopropanol, Nutzung von Strom aus 100% Wasserkraft und dem verstärkten Einsatz von Recyclingpapieren konnten wir unsere Umweltauswirkungen stark minimieren und teilweise sogar eliminieren.

### **Einsparung von Wasser, CO<sub>2</sub> und Energie durch Verwendung von Recyclingpapier**

Recyclingpapier mit dem Blauen Engel ist ökologisch unschlagbar, denn laut einer Studie des unabhängigen Heidelberger Instituts für Energie- und Umweltforschung (IFEU) garantiert es massive Einsparungen an Energie, CO<sub>2</sub> und Wasser. Die IFEU-Studie belegt, dass bei allen betrachteten Indikatoren wie dem Energie- und Wasserverbrauch, den Auswirkungen auf den Treibhauseffekt bis hin zu versauernd wirkenden Emissionen die Umweltbelastungen bei der Herstellung von Recyclingpapier am niedrigsten liegen. Im Gegensatz dazu werden Umwelt und natürliche Ressourcen bei der Produktion von Frischfaserpapier insbesondere durch den hohen Wasserverbrauch sowie den Zellstofftransport aus wichtigen Herkunftsländern in Nordeuropa, Asien und Südamerika massiv belastet. Im Zuge unseres Umweltmanagements EMAS und als Partner der Initiative Pro Recyclingpapier haben wir schon vor Jahren damit begonnen, verstärkt Recyclingpapiere mit dem Blauen Engel einzusetzen und unser Farbmanagement auf die qualitativen Anforderungen dieser Papiere abzustimmen. Im Jahr 2014 kamen bei uns 99,2 Tonnen dieses Papiers (das sind 32,5% unserer Gesamtmenge) zum Einsatz. Im Vergleich setzen wir damit 3 - 4 Mal so viel Recyclingpapier ein als der Branchendurchschnitt.

Alleine damit entlasten wir die Umwelt um 14,8 t CO<sub>2</sub>, sparen 3.200 m<sup>3</sup> Trinkwasser und 17.460 KWh Strom, die nicht verbraucht bzw. generiert werden müssen.

### **Vermeidung von Isopropanol (IPA)**

Dieser Alkohol gehört zu den VOC's (volatile organic compounds), jenen flüchtigen organischen Verbindungen, die zur Bildung erhöhter bodennaher Ozonkonzentrationen im Sommer (bekannt auch als Sommersmog) und zum Abbau des stratosphärischen Ozons sowie zur Verstärkung des Treibhauseffektes beitragen. Solche Verbindungen besitzen häufig gesundheitsschädigende Eigenschaften.

Vorherrschende Praxis beim Offsetdruck ist es, diesen Alkohol einzusetzen, um die Oberflächenspannung des Feuchtwassers so zu verringern, dass Druckplatten problemlos befeuchtet werden können. Um zu vermeiden, dass die IPA-Konzentration im Drucksaal zu hoch wird, muss er mittels Luftaustausch ins Freie abgesaugt werden.

Die IPA-Vermeidung war von Anfang an eine unserer wichtigsten Umweltmaßnahmen. Seit 2009 wurden neue gesundheitlich unbedenkliche Ersatzstoffe getestet, die Druckmaschinen mit speziellen Feuchtwalzen bestückt und exakt eingestellt. Zurzeit mischen wir unserem Feuchtwasser 600 Liter dieses Alkohols bei. Damit emittieren wir jährlich ca. 0,6 Tonnen in die Atmosphäre. Zum Vergleich: Die absolute Emission an VOC's durch die 10.000 Betriebe der deutschen grafischen Industrie lag im Jahr 2010 laut einer Erhebung des Umweltbundesamts bei 92.596 Tonnen, das entspricht einer durchschnittlichen Emission von 9,259 Tonnen pro Unternehmen (das ist mehr als 15-fache unserer Emission).

## **Elektrische Energie**

Durch die Erweiterung unseres Maschinenparks stieg der Verbrauch an elektrischer Energie in den letzten Jahren um ca. 20 %. Im Hinblick auf effektiven Klimaschutz haben wir beschlossen, nur noch Strom aus regenerativen Ressourcen zu beziehen. Ein wichtiger Aspekt dabei war, nicht nur den Stromlieferanten zu wechseln, sondern direkt bei einem regionalen Stromerzeuger zu kaufen. Ab dem Jahr 2009 erhielten wir Strom aus Wasserkraft von den Stadtwerken Rosenheim. Seit Januar 2015 beziehen wir unseren Strom über die Energiegenossenschaft Fünfseenland e.G., die in Kooperation mit den Stadtwerken Landsberg am Lech Strom aus 100 % Wasserkraft, Zertifikat EE02 TÜV Süd, zur Verfügung stellen.

## **Einsparung von Wasser und umweltschädlicher Chemie durch prozesslose Druckplattenherstellung**

Im Jahr 2005 wurden bei uns für die Druckplattenherstellung noch ca. 20.000 Liter Chemie und ca. 100.000 Liter Frischwasser eingesetzt und verbraucht. Durch die Inbetriebnahme unserer neuen Plattenbelichtungsanlage im Jahr 2006 und der Verwendung von Druckplatten, die nicht mehr entwickelt werden müssen, konnten wir den Verbrauch von Chemie und Wasser in diesem Bereich auf null reduzieren.

## **Management und Strategie**

Mit EMAS, dem wohl weltweit anspruchsvollsten Umweltmanagementsystem, haben wir seit 1999 ein Instrumentarium im Betrieb implementiert, durch das wir in der Lage sind, unsere Auswirkung auf Gesundheit, Umwelt und Klima effektiv zu bewerten und damit zu steuern.

Umweltmaßnahmen werden von unserem Umweltausschuss definiert und mit Zeitvorgaben versehen innerhalb derer die Maßnahmen umgesetzt sein sollen. Die beschlossenen Maßnahmen werden aktiv vom turnusmäßig tagenden Umweltausschuss begleitet und gegebenenfalls entsprechend modifiziert.

Durch spezifisch entwickelte Kennzahlen können wir den Erfolg oder Misserfolg unserer Maßnahmen in den wesentlichen Produktionsbereichen über längere Zeiträume beobachten.

Beschlossene und abgeschlossene Maßnahmen werden periodisch von einem externen staatlich zugelassenen Gutachter überprüft. In unserem Fall ist das die TÜV SÜD Umweltgutachter GmbH.

## **Einsparung Fossile Energie**

Unsere Betriebsräume werden zum Teil noch mit Heizöl beheizt. Durch bauliche Maßnahmen und Anpassung unserer Luftaustauschanlage konnten wir die Nutzung der Abwärme unserer neuen Speedmaster 102-5P-Druckmaschine zu Heizzwecken wesentlich verbessern. Unser Umweltprogramm wird laufend dahingehend fortgeschrieben, fossile Energie möglichst vollständig durch regenerative Energie zu ersetzen.

## Einsparung Kohlenstoffdioxid (CO<sub>2</sub>)

Mit Strom aus 100 % Wasserkraft und der Nutzung interner Wärmequellen zur Heizung der Abteilungen Druck, Weiterverarbeitung und Papierlager haben wir unseren Produktionsstandort in wesentlichen Bereichen überwiegend CO<sub>2</sub>-frei gestellt.

Seit Januar 2016 haben wir im Zuge unserer Klimainitiative unseren gesamten Betrieb klimaneutral gestellt und unterstützen damit finanziell ein Abholzungsverhinderungsprojekt im Amazonas (siehe D5)

### TESTAT : AUDIT

#### GEMEINWOHL- BILANZ

2015

für Ulenspiegel Druck GmbH & Co KG

AuditorIn Ulrike Häußler

BERÜHRUNGSGRUPPE	WERT	Menschenwürde	Solidarität	
A) LieferantInnen		A1: Ethisches Beschaffungsmanagement		
B) GeldgeberInnen		B1: Ethisches Finanzmanagement		
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen		C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung  40 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit  30 %	C3: Ver...
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmern		D1: Ethische Kundenbeziehung  60 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmern  50 %	D3: Pro...
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souverän, zukünftige Generationen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur		E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL  60 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen  60 %	E3: Au...
Negativ-Kriterien		Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte  0	Feindliche Übernahme  0	Ille...
		Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO  0	Sperrpatente  0	Ver...
		Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen  0	Dumpingpreise  0	Um...
				Ge (ku Pro

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohlmationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf [www.gemeinwohl-oekonomie.org](http://www.gemeinwohl-oekonomie.org)

## E4 GEMEINWOHLORIENTIERTE GEWINN-VERTEILUNG

Seit etwa 13 Jahren werden eventuelle Gewinne für die bilanzielle Tilgung von Verlustvorträgen aus den Vorjahren verwendet, bzw. für die reale Tilgung laufender Kredite. Daher wurden in den letzten Jahren keine Gewinne an Arbeitnehmer oder mitarbeitende Gesellschafter ausgeschüttet.

Notwendige Investitionen für betriebliche ökologische Maßnahmen (Maschinenkomponenten etc.) werden aus dem operativen Geschäft getätigt.



Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
		80 %
		10 %
Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz
50 %	90 %	80 %
Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards
90 %	50 %	70 %
Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung
90 %	90 %	80 %
Digitale Umweltbelastungen	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter
0	0	0
Stöße gegen Umweltauflagen	Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung bei Gewinn	Verhinderung eines Betriebsrats
0	0	0
Plante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte)	Umgehung der Steuerpflicht	Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister
0	0	0
	Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter	Exzessive Einkommensspreizung
	0	0

nl-Matrix 4.1. Nähere Infor-

Testat gültig bis 30.06.2018

**BILANZSUMME 668**

## E5 GESELLSCHAFTLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

Mit unserer letzten Umwelterklärung 2015 haben wir begonnen sowohl sozio-ökonomische Komponenten als auch Maßnahmen zu unserer ökologischen Außenwirkung (z.B. Erhöhung der Biodiversität auf unserem Firmengelände) zu veröffentlichen. Unsere Umwelterklärung wird sowohl in gedruckter als auch in digitaler Form unseren aktuellen und potentiellen Mitarbeitern zugänglich gemacht. Ebenso erhalten Kunden, Lieferanten, Banken, regionale Partner, NGOs und Behörden unsere Umwelterklärung in gedruckter Form zugeschickt.

Unsere Umwelterklärung wie auch alle unseren Öko-Zertifizierungen, der aktuelle GWÖ-Bericht und Kundeninfos sind auf unserer Website schnell durch Download-Ikone zu finden.

Im Berichtszeitraum wurden keine Entscheidungen getroffen, die vom gesellschaftlichen Umfeld mitbestimmt wurden.

Von Kundenseite gab es über die Jahre immer wieder an uns herangetragene Dienstleistungs-Wünsche, deren Umsetzung interne Entscheidungen nach sich zogen und bestimmte Maßnahmen und auch Investitionen erforderten.

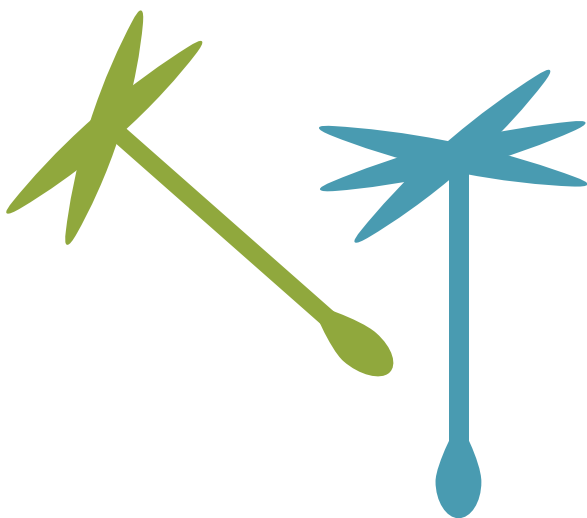
### AUSBLICK

#### Kurzfristige Ziele

- Unsere innerbetriebliche Transparenz und Gesprächskultur verbessern
- Mitarbeiter in Entscheidungen besser einbinden
- Wechsel zu einer genossenschaftlich ökologisch arbeitenden Bank
- Intensivierung des ökologischen Blickfeldes der Einzelnen über das betriebliche Umweltmanagement hinaus.
- Gesundheitliche Aspekte mehr in den Arbeitsalltag integrieren
- Datenerhebung und Bilanzierung sozialer Leistungen (finanziell wie auch geldwertig)

#### Langfristige Ziele

Unser langfristiges Ziel ist es, nachhaltig erfolgreich zu wirtschaften und dadurch für uns und unser Umfeld finanzielle Möglichkeiten zu entwickeln, um den Gegenentwurf einer sozial und ökologisch gerechten Lebens- und Arbeitsform in Wort und Tat zu propagieren.



## BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Die Bilanz wurde von Guido Rochus Schmidt, externer Umweltbeauftragter der Ulenspiegel Druck GmbH & Co. KG und von Christoph Merk, Gesellschafter und Sicherheitsbeauftragter der Ulenspiegel Druck GmbH & Co. KG im Laufe des Jahres 2015 erstellt.

Zur Bestätigung der Glaubhaftigkeit und Wahrheitstreue aller verwendeten Daten, Aussagen und Fakten, die aus unserer aktuellen Umwelterklärung 2015 und unserem aktuellen Umwelthandbuch 2015 in diese Gemeinwohl-Bilanz eingeflossen sind, hat Herr Dipl.-Ing. Ulrich Wegner von der TÜV SÜD Umweltgutachter GmbH unsere Umwelterklärung nach Maßgabe der EMAS-Verordnung Nr.1221/2009 am 29.4.2015 für gültig erklärt. Die GWÖ-Bilanz wurde von Frau Ulrike Häußler vom Beraterteam Weitblick testiert und für gültig erklärt.

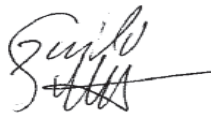
Insgesamt wurden dafür 85 Stunden aufgebracht

Der Bericht für die Bilanz wurde vor der endgültigen Verabschiedung als Rohfassung intern allen Mitarbeitern in gedruckter Form zugänglich gemacht, mit der Möglichkeit korrigierend oder verändernd eingreifen zu können.

Aus Gründen der Lesbarkeit und der Ablehnung grammatikalischer Hilfskonstruktionen oder vermeintlicher politischer Korrektheit haben wir uns, wo es nicht tatsächlich Sinn macht, die männliche und/oder weibliche Form zu verwenden, dafür entschieden, die männliche Form zu benutzen, die jeweils auch die weibliche mit einschließt.

Für die GWÖ geworben und mit guten Ratschlägen unterstützt wurde Ulenspiegel Druck von Harro Colshorn und Jörn Wiedemann, Vorstände des Gemeinwohl-Ökonomie Bayern e.V. Ihnen gilt unser besonderer Dank.

Datum: 13. Mai 2016



Guido Rochus Schmidt  
Umweltbeauftragter



Christoph Merk  
Geschäftsführer / Sicherheitsfachkraft

