



Gemeinwohlbericht 2022/2023

Vollbilanz Version 5.0

Veröffentlichung am 08.10.2024



Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen.....	5
Kurzpräsentation des Unternehmens	5
Produkte / Dienstleistungen.....	7
Das Unternehmen und Gemeinwohl	8
Testat.....	9
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette.....	10
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette	10
Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	13
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	14
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen.....	14
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette	16
A2.3 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	18
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette.....	19
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	19
A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	22
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	23
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen	23
A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette	24
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	25
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung.....	25
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung	26
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen	27
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	29
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung.....	29
B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmittel	30
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	31
B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen	31
B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung.....	33
B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	34
B4 Eigentum und Mitentscheidung.....	35
B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur.....	35
B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme	37
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	38
C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur.....	38
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz	41
C1.3 Diversität und Chancengleichheit	47
C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	51

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	52
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes.....	52
C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance	56
C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	58
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	60
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit	60
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz.....	62
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung.....	64
C3.4 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens	67
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	68
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz.....	68
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte	70
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden.....	71
C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates	73
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	74
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen	74
D1.2 Barrierefreiheit.....	77
D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen.....	78
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen.....	79
D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen	79
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen	81
D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen.....	83
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	85
D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)	85
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz).....	87
D3.3 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen.....	88
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz	89
D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung	89
D4.2 Produkttransparenz	90
D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen	92
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	93
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben	93
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	96
E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen.....	98
E2 Beitrag zum Gemeinwesen.....	99
E2.1 Steuern und Sozialabgaben.....	99
E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens	100
E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung	105
E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention	106

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	108
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie.....	108
E3.2 Relative Auswirkungen	110
E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	111
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	112
E4.1 Transparenz	112
E4.2 Aspekt: Gesellschaftliche Mitentscheidung.....	114
E4.3 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation.....	115
Ausblick	116
Kurzfristige Ziele	116
Langfristige Ziele.....	116
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz	117

Im Text des Gemeinwohl-Berichts wird – aus Gründen der einfacheren Sprache und ohne jede Diskriminierungsabsicht – überwiegend die männliche Form verwendet. Grundsätzlich sind damit alle Geschlechter mit einbezogen.

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname	Allgäu Batterie
Rechtsform	GmbH & Co. KG
Eigentums- und Rechtsform	Privates Familienunternehmen
Website	https://www.allgaeubatterie.de/
Branche	Elektrotechnik
Firmensitz	Haldenwang
Verbundene Unternehmen	Allgäu Batterie Beteiligungs GmbH (Komplementärin) Allgäu Batterie Objekt GmbH & Co. KG (Eigentümerin des Betriebsgebäudes)
Berichtszeitraum	01.01.2022 – 31.12.2023

Jahr	2022	2023
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden (Durchschnitt)	44,0	47,5
Vollzeitäquivalente (Durchschnitt)	37,7	42,4
Saison- oder Zeitarbeitende	0	0
Umsatz	€ 8,5 Mio.	€ 17,7 Mio.
Jahresüberschuss	██████████	██████████

Kurzpräsentation des Unternehmens

Allgäu Batterie ist ein Familienunternehmen mit Sitz in Haldenwang. Wir realisieren seit 1994 individuelle und qualitativ hochwertige Lösungen der industriellen Batterie- und Ladetechnologie. Durch unser fachliches Know-how, die langjährige Erfahrung, die menschliche und geografische Nähe wissen wir genau, was unsere Kunden brauchen.

In der heutigen, schnelllebigen und hochindustriellen Branche ist es für uns ein großes Anliegen, verschiedene Werte, das Wohl unserer Mitarbeitenden und die Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt zu stellen. Daraus resultiert eine sehr hohe Qualität unsere Produkte und Dienstleistungen.

Wir sind der Meinung, dass ein Unternehmen nur so gut sein kann wie die Mitarbeitenden, die dahinterstehen. Deshalb sind wir besonders stolz auf unser eingespieltes Team, das täglich sein Bestes für unsere Kunden gibt.

Das gesellschaftliche Engagement soll durch die Erstellung einer Gemeinwohlbilanz noch tiefergehend reflektiert und darüber hinaus weiter ausgebaut werden.

Produkte / Dienstleistungen

Welche Produkte / Dienstleistungen bietet Ihr Unternehmen an?

Allgäu Batterie realisiert individuelle und hochwertige Lösungen im Bereich Industriebatterien für Traktionsanwendungen, Notstromversorgung und Energiespeichersysteme.

Im Bereich der Traktionsanwendungen setzen wir unsere Schwerpunkte auf hochwertige und auf den Kunden angepasste Bleibatterien, individuelle Lithium-Ionen-Batterien sowie modular aufgebaute und individuell parametrierbare Hochfrequenz-Ladegeräte. Durch unsere langfristigen Partnerschaften mit Zelllieferanten sowie Batterieentsorgern sind wir in der Lage unsere Produkte ökonomisch sowie ökologisch nach den höchsten Standards zu fertigen.

Bei der Notstromversorgung bieten wir unseren Kunden vielfältige Anwendungen, wie z.B. stationäre Batterieanlagen, Sicherheitsstromversorgung, Gleichstromversorgung oder batteriegestützte, zentrale Stromversorgung an. Damit diese auch bei einem Netzausfall mit Energie versorgt sind.

Um die drei Jahrhundertaufgaben Energiewende, Elektrifizierung der Mobilität und Dekarbonisierung der Wirtschaft zu bewältigen, bieten wir unseren Kunden über Gewerbespeicher, Großspeicher und Vorladespeicher verschiedene Batteriespeichersysteme an. Der Einsatz eines Batteriespeichersystems ist hier nicht auf Einzelanwendungen reduziert. Durch eine gleichzeitige Mehrfachnutzung werden Synergien erzeugt und die Amortisationsdauer der Investition sinkt deutlich.

Welchen Anteil nehmen die Produkte / Dienstleistungen am Umsatz?



Zahlen für 2023 nach Geschäftsbereich

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Die unternehmerische Philosophie bei Allgäu Batterie hat seit jeher den Fokus, dass zum Wohle aller gewirtschaftet wird. Die Produkte und Dienstleistungen von Allgäu Batterie sollen einen gesellschaftlichen und ökologischen Mehrwert schaffen. Um dies quantitativ zu erfassen, haben wir uns zusammen mit der Hochschule Kempten 2022 erstmalig nach den Grundsätzen der Gemeinwohlbilanz zertifizieren lassen. Das Modell bewertet Unternehmen aus ökologischer, ökonomischer und sozialer Sicht und stellt somit eine ganzheitliche Perspektive auf Nachhaltigkeit dar. Durch die Gemeinwohl-Ökonomie können wir unsere nachhaltige Interpretation von Unternehmertum, die wir ohnehin seit Gründung der Firma 1994 verfolgen, zum Ausdruck bringen und systematisch weiterentwickeln.

Das Thema Nachhaltigkeit ist für uns ein fester Bestandteil unserer Werte und wir wollen als Unternehmen Verantwortung für das Gemeinwohl übernehmen. Für uns steht die Qualität vor der Quantität, um unseren Kunden einen Mehrwert sowie auch eine möglichst langfristige Nutzung zu gewährleisten.

Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

Wir haben bereits im Jahr 2022 eine erste Gemeinwohl-Bilanz erstellt, welche über eine Peer Evaluation bestätigt wurde. Außerdem gehören wir zu den Gründungsunternehmen der Regionalgruppe Allgäu. Dort sind wir sehr engagiert und nehmen an den regelmäßigen Treffen teil. Darüber hinaus binden wir die GWÖ in unsere Außenkommunikation ein. Beispiele hierfür sind Social Media, Website, Präsentationen, aber auch Veranstaltungen. Wir verstehen uns als aktive Botschafter für die GWÖ im Allgäu und versuchen, neue Partner für die Bewegung zu begeistern. Beispielsweise nutzt Alexander Diepolder seine Wahl in die IHK Regionalversammlung, um die GWÖ auch in Industrieunternehmen bekannter zu machen.

Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

Manuel Diepolder
Geschäftsführer Allgäu Batterie GmbH & Co. KG
Hoyen 21
87490 Haldenwang
Tel.: +49 8374 24124-15
info@allgaeubatterie.de

Testat



TESTAT Externes Audit

Testat gültig bis
31.10.2026

ZertifikatsID
hv9le

Gemeinwohl Bilanz

Allgäu Batterie GmbH & Co. KG

Hoyen 21, DE 87490 Haldenwang

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 10 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 40 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 10 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 40 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 80 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 80 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 70 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 50 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 40 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 40 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 30 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 20 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 10 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 30 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 30 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 40 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 50 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 30 %
				BILANZSUMME: 351

Mit diesem Audit Zertifikat bestätigt der International Federation for the Economy for the Common Good e.V. das Ergebnis des ECONGOOD Audits basierend auf der Version: M5.0 Vollbilanz. Dieses Audit wurde durchgeführt von Roland Wiedemeyer.

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

Hamburg, 03.10.2024

International Federation for the Economy for the Common Good e.V.
Stresemannstraße 23
22769 Hamburg

federation-office@ecogood.org
Amtsgericht Hamburg, VR 24207

Bridget Knapper
Executive Director

Markus Müllenschläder
Executive Director

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?

Grundsätzlich ist zu sagen, dass die DNA des Unternehmens aus dem Handel kommt. Wir kaufen Produkte ein und verkaufen diese weiter. In den letzten Jahren wurde der Handel ergänzt durch einen Produktionsaspekt. Somit beziehen wir Handelsware wie auch Produktionsmaterial. Hier ist anzumerken, dass wir nicht alle Produkte selbst produzieren, sondern in der Regel weiterverarbeiten. Somit besteht keine hohe Fertigungstiefe.

Die Blei-Traktionsbatterien kaufen wir seit 2001 aus Slowenien ein. Die entsprechenden Ladegeräte kommen aus Tschechien und werden im Auftrag produziert.

Die USV-Anlagen beziehen wir aus Italien. Die Notlichtanlagen kommen aus dem Schwarzwald.

Die Lithium-Ionen-Batterien für Traktionsanwendungen beziehen wir aus Schweden sowie aus Deutschland. Wir arbeiten in diesem Bereich mit namhaften Lieferanten zusammen.

Des Weiteren kaufen wir unsere Batteriespeichersysteme von einem deutschen Lieferanten mit Stammsitz in Italien ein.

Die Batterietröge und -gestelle beziehen wir aus Deutschland.

Kriterien:

Für uns ist es ein wichtiges Anliegen, wenn möglich, mit regionalen Unternehmen und Partnern zusammenzuarbeiten und eine langfristige Geschäftsbeziehung aufzubauen. Des Weiteren orientieren wir uns bei der Einführung neuer Zukaufprodukte an unserem Leitfaden. Hier sind beispielweise die Lieferzeit, das Preisniveau, die Seriosität und die Bewertung der wirtschaftlichen Lage des Lieferanten berücksichtigt. Für Lieferanten mit signifikantem Einkaufsvolumen schreiben wir unseren Code of Conduct (Lieferantenkodex) vor.

Ebenfalls ist es für uns wichtig qualitativ hochwertige Produkte zu beziehen. Wir beobachten fortlaufend den Markt, um neue Technologien zu entdecken, welche einen verbesserten Nutzen sowie eine bessere Umweltverträglichkeit mit sich bringen.

Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Eine Evaluierung der sozialen Risiken in der Zuliefererkette wird aktuell nicht durchgeführt, da wir keinen genauen Einblick in die Zuliefererkette besitzen. Jedoch achten wir auf Geschäftspartner, die so weit wie möglich mit unserem Wertesystem und unseren hohen, qualitativen Ansprüchen kompatibel sind. Unsere direkten Lieferanten sind ausschließlich europäische Unternehmen, die nach europäischen Standards arbeiten. Daher sehen wir hier gute Sozialstandards als gegeben. Beim Transport setzen wir auf etablierte Unternehmen, um die bestmöglichen Standards zu gewährleisten.

Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant*innen vorliegen?

Es finden mindestens einmal jährlich Lieferantenaudits statt, bei denen wir uns vor Ort die Begebenheiten anschauen und prüfen. Des Weiteren vertrauen wir unseren Lieferanten durch unsere langjährigen und partnerschaftlichen Geschäftsbeziehungen.

Die Produkte, die wir beziehen, werden in Deutschland oder Europa gefertigt. Aufgrund der Komplexität der Lieferkette im Bereich der Rohstoffe für die Batterien ist es uns nicht möglich, potenzielle Verstöße der Zulieferer unserer direkten Lieferanten zu überprüfen.

Es wird aktuell keine konkrete Überprüfung unserer Lieferanten zu Verstößen gegen die Menschenwürde durchgeführt, jedoch sind uns keine Verstöße bekannt. Sollten Verstöße bekannt werden, sehen wir uns gezwungen, den Lieferanten zu wechseln, da dies nicht unseren Werten entspricht.

In unserem Lieferanten-Verhaltenskodex für unsere wichtigsten und größten Lieferanten sichern wir uns zusätzlich ab, die Geschäftsbeziehung beim Bekanntwerden von etwaigen Verstößen aus wichtigem Grund sofort beenden zu können.

Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?

Als Familienunternehmen des kleinen Mittelstands haben wir aufgrund unserer geringen Marktmacht keine direkte Möglichkeit auf unsere Lieferanten einzuwirken. Wir versuchen aus diesem Grund mit gutem Beispiel voranzugehen und kommunizieren dies auch proaktiv an unsere Lieferanten und Kunden.

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Nach unserem Kenntnisstand tragen die von uns zugekauften Produkte keine Zertifikate im Hinblick auf die Menschenwürde.

Gleichwohl achten wir darauf, wenn möglich, dass die rechtlichen Mindestanforderungen (CE-Kennzeichnung) sowie die ISO-Zertifikate 9001 und 14001 gegeben sind.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil zugekaufter Produkte und Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen	
2022	2023
84 %	85%

Produktionsstandort	Anteil zugekaufter Produkte und Dienstleistungen	
	2022	2023
Deutschland	34%	37%
Europa	66%	63%

Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden	
2022	2023
100%	100%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Lieferanten auf Menschenwürde und sozialen Risiken in der Zuliefererkette proaktiv aufmerksam machen
- Lieferantenleitfaden um Nachhaltigkeitskriterien erweitern
- Die Lieferantenauswahl nicht nur nach Einkaufsvolumen, sondern auch nach Kritikalität vornehmen (oder eine Kombination aus beidem). Die Auswahl muss erklärt werden.
- Bewertung der einzelnen Lieferanten, nicht nur grundsätzlich. Dazu gehört, die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Lieferanten nicht nur auf Vorhandensein, sondern auch kritisch auf deren Inhalt zu prüfen und ggf. Maßnahmen abzuleiten. In jedem der Positivaspunkte der Berührungsgruppe A wird jeder relevante Zulieferer bewertet, inwiefern er die Anforderungen aus den Kapiteln A1.1, A2.1, A2.2, A3.1, A4.1 und A4.2 erfüllt. Der Mittelwert aller Lieferanten pro Kapitel stellt dann nachvollziehbar unsere Selbsteinschätzung dar.



<i>Selbsteinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt	<i>Fremdeinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt
--	---

A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?

Wir sehen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde in der Zuliefererkette bei dem Abbau von Kobalt. Dieser findet teilweise unter menschenunwürdigen Verhältnissen statt. Beispielsweise wird von Fällen berichtet, die zeigen, wie die Arbeiter ohne Hand- und Schutzkleidung das Kobalt abbauen. Des Weiteren finden sich unter den Arbeitern auch Kinder wieder. Wir können nicht sagen, ob es bei den Abbaufirmen in der Zulieferkette zu solchen Fällen kommt.

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

Es ist für uns nicht möglich die Auswirkungen zu reduzieren oder zu vermeiden, da wir nicht in die Zulieferkette und den Abbau von Kobalt eingreifen können. Jedoch beobachten wir durchgehend den Markt und halten nach neuen Technologien Ausschau, welche weniger oder kein Kobalt benötigen.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant bzw. ethisch unbedenklich sind

Wir können aktuell nicht abschätzen, zu welchem Anteil die Rohstoffe der eingekauften Zellen als ethisch riskant einzustufen sind.

Verbesserungspotenziale:

- Lieferanten auf Menschenwürde und sozialen Risiken in der Zuliefererkette proaktiv aufmerksam machen
- Verhaltenskodex für Lieferanten auf weitere Lieferanten anwenden



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?

Partnerschaftlicher Umgang „auf Augenhöhe“ (per Du) und langfristige Lieferantenbeziehungen sind uns sehr wichtig. Es findet ein regelmäßiger Austausch mit den Lieferanten statt. Auch halten wir Quartalsmeetings ab und besuchen uns gegenseitig, um den Kontakt zu stärken und die Begebenheiten vor Ort zu begutachten.

Im operativen Tagesgeschäft setzen wir durch eine gemeinsame Projektplanung auf eine maximale Transparenz und eine offene Kommunikation mit unseren Lieferanten.

Wir legen einen hohen Wert auf einen gemeinsamen Konsens. Man einigt sich und schreibt dem anderen Partner nichts vor. Durch unsere Unternehmensgröße sind wir in 98 % der Fälle der kleinere Partner und können unseren Lieferanten keinen Willen aufzwingen. Aufgrund dessen werden die Preise von den Anbietern gestellt. Sollten wir jedoch am längeren Hebel sein, würde es gegen unsere Werte verstoßen, unseren Lieferanten unfair und unsolidarisch zu behandeln.

Wie zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?

Eine umfassende Evaluierung oder auch Lieferantenbefragung wurde bislang nicht durchgeführt. Jedoch gehen wir durch unseren partnerschaftlichen, transparenten Umgang davon aus, dass der Großteil der Lieferanten mit der Geschäftsbeziehung zufrieden ist. Ansonsten wären unsere langen Partnerschaften nicht möglich gewesen.

Insbesondere ist unsere hervorragende Zahlungsmoral gegenüber unseren Lieferanten hervorzuheben. Sie können sich stets darauf verlassen, dass wir vollumfänglich und pünktlich die Ware bezahlen.

Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Aufgrund der Marktmacht der Lieferanten werden die Preise von den Anbietern gestellt. Durch unseren partnerschaftlichen Umgang „auf Augenhöhe“ versuchen wir uns auf einen gemeinsamen und fairen Konsens für alle Beteiligten zu einigen.

Verpflichtende Indikatoren

Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen	
2022	2023
13,7 Jahre	12,8 Jahre

Die durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehungen hat sich gegenüber dem letzten Bericht von 14,5 auf 12,8 Jahre reduziert.

Der Grund hierfür ist, dass wir weitere Lieferanten durch Geschäftsfelderweiterung dazugewonnen haben. Die durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehungen bei Lieferanten, mit einer bestehenden Geschäftsbeziehung länger als 3 Jahre, liegt im Schnitt bei 18,2 Jahre.

Es sind lange und faire Geschäftsbeziehungen mit den Lieferanten etabliert. Die Lieferanten sind mit der Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen größtenteils sehr zufrieden.

Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant*innen		
	2022	2023
Eigenleistungsanteil Allgäu Batterie	10%	20%
Anteil bezogene Leistungen	90%	80%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Formelle Lieferantenbewertungen durchführen



<i>Selbsteinschätzung</i> Erfahren – 6 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Erfahren – 6 Punkte
---	--

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

Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

Als Unternehmen im kleinen Mittelstand haben wir kaum Einfluss auf die gesamte Lieferkette. Wir konzentrieren uns auf den partnerschaftlichen, wertschätzenden und solidarischen Kontakt zu unseren direkten Lieferanten. Auch beziehen wir die Produkte bzw. Bauteile von bekannten Herstellern innerhalb Europas, um EU-Standards für einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten zu gewährleisten. Außerdem beobachten wir durchgehend den Markt, um beispielsweise neue Technologien zu entdecken, welche weniger kritische Aspekte in der Zuliefererkette enthalten.

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Wir sind uns über mögliche Risiken und Missstände gerade zu Beginn der Zulieferkette bewusst. Aufgrund unserer Größe haben wir jedoch keinen Einfluss konkrete Maßnahmen zu tätigen, um einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten entlang der Zuliefererkette zu fordern und fördern.

Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Bei unseren persönlichen Treffen bei unseren direkten Lieferanten überprüfen wir oberflächlich die Risiken und Missstände. Des Weiteren vertrauen wir durch unseren partnerschaftlichen Umgang sowie unseren langjährigen Geschäftsbeziehungen unseren direkten Lieferanten.

Wir besitzen keinen Hebel, um Unternehmen bei Missständen zu sanktionieren. Jedoch sind wir bereit, bei Bekanntwerden von Risiken und Missständen, den jeweiligen Lieferanten zu wechseln und einen alternativen Anbieter zu suchen.

Allgäu Batterie sind potenzielle Risiken und Missstände gerade zu Beginn der Zulieferkette bewusst und sind bei Bekanntwerden von Missständen bereit den Lieferanten zu wechseln. Produkte werden von europäischen Unternehmen bezogen, um die Risiken und Missstände so gering wie möglich zu halten.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt	
2022	2023
0%	0%

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden	
2022	2023
0%	0%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Unsere Lieferanten bezüglich Solidarität und Fairness in der Lieferkette sensibilisieren.



<i>Selbsteinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt	<i>Fremdeinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt
--	---

A2.3 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Unser Unternehmen besitzt eine geringe Marktmacht gegenüber unseren Lieferanten. Folglich bestehen auch keine Hinweise darauf, dass unsere Lieferanten an unseren/ihren Konditionen leiden. Besäßen wir eine signifikante Marktmacht gegenüber unseren Lieferanten, würden wir diese nicht ausnutzen, da wir ein Familienunternehmen mit festen Werten sind und uns ein partnerschaftliches Miteinander wichtig ist.

Verbesserungspotenziale:

- Falls möglich, eine breitere Auswahl an Lieferanten.



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?

In unserer Produktion setzen wir keine Rohstoffe und Materialien, sondern Bauteile und Baugruppen ein. Es handelt sich hauptsächlich um elektrische, elektronische und mechanische Produkte. Vereinzelt werden auch Gefahrstoffe (hauptsächlich Schwefelsäure als Elektrolyt für Blei-Batterien) eingesetzt.

Welche Art von Energie, Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?

In der Produktion wird primär Strom benötigt. Hierdurch werden die notwendigen Maschinen zur Montage und Lagerung betrieben. Die Betriebsstätte wird derzeit mit Gas geheizt. Derzeit betreiben wir eine Photovoltaik-Anlage mit einer Leistung von 96 kWp und 100.000 kWh erzeugter Energie pro Jahr. Die erzeugte Energie wird in einem Batteriespeicher mit einer Kapazität von 98kWh zwischengespeichert und mittels Energiemanagementsystem für alle internen Verbraucher inkl. Produktion verwendet. Den zusätzlich benötigten Strom beziehen wir vom lokalen Anbieter AÜW im Öko-Tarif mit 100 % nachhaltigem und regional erzeugtem Strom.

In der Produktion kommen keine besonderen Technologien zum Einsatz, sondern primär elektrische, mechanische und elektromechanische Bauteile, die in Handarbeit zusammengesetzt werden.

Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

Die notwendigen Produkte werden zunächst nach den technischen Anforderungen ausgewählt. Um unseren Kunden absolut hochwertige Produkte anbieten zu können, legen wir bei der Auswahl der einzelnen Komponenten ein großes Augenmerk auf die Qualität. Ebenfalls ist es für uns wichtig, wenn möglich, mit regionalen Zulieferern und Dienstleistern zu arbeiten, um verkürzte Lieferwege und -zeiten zu gewährleisten. Des Weiteren legen wir besonderen Wert auf eine möglichst langfristige Beziehung mit unseren Lieferanten. Dadurch wird der Aufwand für erneute Ausschreibungen minimiert und soziale Verantwortung durch die Sicherung von Arbeitsplätzen übernommen. Stellvertretend kann hier die Firma AIB KUNSTMANN Reserve GmbH genannt werden mit denen wir seit 1997 enge Geschäftsbeziehungen pflegen.

Es werden erste Ausschlusskriterien im Einkauf eingehalten und wenn möglich auf regionale Zulieferer gesetzt. Des Weiteren wird nach ökologisch höherwertigen Alternativen Ausschau gehalten.

Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Derzeit gibt es keine gezielte Evaluation der ökologischen Risiken in der Zulieferkette. Wir verlassen uns auf unsere langjährigen Zulieferer und deren Nachhaltigkeitsberichte.

Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?

Auch wenn Bleibatterien giftig sind, so gibt es aufgrund der europäischen Standards in der Verarbeitung und des Recyclings keine signifikanten Umweltauswirkungen.

Hingegen entstehen bei der Produktion der Lithium-Ionen-Batterien in der ersten Instanz der Zuliefererkette, dem Abbau, Umweltschäden. Diese können durch den enorm hohen Wasserverbrauch beim Abbau der Lithiumsalze entstehen.

Des Weiteren informieren wir uns regelmäßig bei unseren A-Lieferanten, welche Maßnahmen von deren Seite in Bezug auf Umwelt und Nachhaltigkeit getroffen werden. Das gibt uns einen Hinweis zu deren Einstellung. Bei der Überprüfung stellen wir immer wieder fest, dass auch unsere Lieferanten auf Nachhaltigkeit achten.

Lieferant	Maßnahmen
TAB	Recycling von Altbatterien über Tochterfirma MPI-RECIKLAŽA d.o.o.
TAB	Nachhaltigkeitsberichte
Kunstmann	Recyclingfähiger Trog Eco Tray
Riello	Hocheffiziente USV-Anlagen (Wirkungsgrad bis 98,1 %)
Riello	Erster europäischer Hersteller, der die eigenen Produkte gemäß der Energieeffizienzstufe identifiziert.
Riello	Protagonist und Förderer des COC - Verhaltenskodex für Energieeffizienz und Qualität von unterbrechungsfreien Wechselstromsystemen
Micropower	Verhaltenskodex
Micropower	Umweltrichtlinie
Micropower	Qualität und Nachhaltigkeit
Varta	Nachhaltigkeitsstrategie
AXIMA	Zertifizierung BMW Efficiency Label Klasse 1 für Flexis und Fortis
Pramac	Environmental, Social & Governance-Bericht

Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?

Wie bereits in Punkt A.2. erwähnt, ist es uns nicht möglich, die komplette Lieferkette einzusehen und darauf einzuwirken. Da wir alle Zulieferteile aus der EU beziehen und diese entsprechenden Vorgaben unterliegen, wird davon ausgegangen, dass diese eingehalten werden. Da unsere direkten Zulieferer aus Deutschland und Europa stammen, werden die Lieferwege verkürzt, was zu einem reduzierten Schadstoffausstoß beim Transport führt. Wir achten auf vorhandene Rechenschafts- bzw. Nachhaltigkeitsberichte unserer Zulieferer.

Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?

Als Familienunternehmen des kleinen Mittelstands und das dementsprechend verhältnismäßig niedrige Abnahmegeschäft haben wir aus unserer Sicht keine Möglichkeiten, hierauf einzuwirken. Eine Reduktion der Umweltauswirkungen kann durch technologischen Fortschritt erzielt werden. Beispielsweise gelten Feststoff- und Natrium-Ionen-Akkus vermutlich als Nachfolgetechnologie der herkömmlichen Lithium-Ionen-Akkus. Dieser technologische Trend wird in den nächsten Jahren voraussichtlich dahin gehen. Wir

beobachten durchgehend den Markt auf neue Technologien, um diese, sofern möglich, umzusetzen, um negative Umweltauswirkungen zu reduzieren.

Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischen Einkaufs?

Es ist uns nicht möglich die Einkaufsaktivitäten der Mitbewerber einzusehen. Da es nur eine kleine Anzahl von Anbietern für technologische Produkte im Bereich von Batterien und Akkus gibt, ist davon auszugehen, dass die Mitbewerber ihre Produkte hier ebenfalls einkaufen.

Jedoch schätzen wir uns beim ökologischen Bewusstsein vorne mit dabei. Die Aspekte, in denen Einfluss besteht, nutzen wir auch. So beziehen wir beispielsweise unseren Strom regional nach dem besten Öko-Tarif.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind	
2022	2023
100%*	100%*

*eingekaufte Produkte und Dienstleistungen sind ökologisch vertretbar und es gibt keine Alternativen.

Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen	
2022	2023
0%	0%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Proaktive Suche nach ökologisch höherwertigen Produkten forcieren.



<i>Selbsteinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt	<i>Fremdeinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt
--	---

A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?

Wie in A3.1 geschildert, weist die erste Instanz der Zuliefererkette, der Abbau der Lithiumsalze hohe schädliche Umweltauswirkungen auf. Jedoch gehen von unseren direkten Lieferanten keine besonders hohen Umweltauswirkungen aus, da diese Unternehmen europäische Standards bei der Produktion und Verarbeitung einzuhalten haben. Des Weiteren versuchen wir die Transportwege kurz und direkt zu halten.

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

Als Familienunternehmen des kleinen Mittelstands und das dementsprechend verhältnismäßig niedrige Abnahmevermögen haben wir aus unserer Sicht keine Möglichkeiten, hierauf einzuwirken. Die einzige Möglichkeit besteht darin mit den zukünftigen Trends zu gehen und neue Technologien, wie z.B. Feststoff- oder Natrium-Ionen-Akkus, zu verbauen, um Lithium-Ionen-Batterien zu ersetzen.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen.	
2022	2023
0%	0%

Verbesserungspotenziale:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?

Aktuell fragen unsere Lieferanten keine Informationen nach. Jedoch sind wir gerne für einen transparenten Informationsaustausch bereit. Des Weiteren finden unsere Lieferanten weitere Informationen über unser Unternehmen, unserem Team, unserem Leitbild und unserer Verantwortung übersichtlich auf unserer Website.

Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?

Wir pflegen ein partnerschaftliches Verhältnis zu allen Lieferanten und treffen wichtige Entscheidungen so gut es geht gemeinsam.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Proaktiv mit Lieferanten in Feedbackgespräche gehen.



<i>Selbsteinschätzung</i> Erste Schritte – 3 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Erste Schritte – 3 Punkte
---	--

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

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?

Wir legen Wert auf einen partnerschaftlichen Umgang mit allen Beteiligten. Mit den Lieferanten einigen wir uns auf grundlegende Eckdaten der Geschäftsbeziehung. Wir sind nicht wie große Unternehmen durchformalisiert, sondern setzen auf eine vertrauensvolle „Handschlag-Mentalität“.

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Unser Unternehmen stellt für alle Lieferanten zahlreiche Informationen in Broschüren und auf unserer Internetseite bereit. Bei Interesse stellen wir transparent alle erforderlichen, wirtschaftlichen Informationen und notwendigen Zertifikate zur Verfügung.

Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Eine gezielte Prüfung findet nicht statt. Aufgrund der Unternehmensgröße besteht keine Möglichkeit zur Einflussnahme. Die einzige Sanktionsmöglichkeit, die wir haben, ist es den Lieferanten zu wechseln.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt.	
2022	2023
0%	0%

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden	
2022	2023
0%	0%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Zunächst die gesamten Zulieferketten besser durchleuchten und kritisch prüfen.



<i>Selbsteinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt	<i>Fremdeinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt
--	---

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?

Seit der Gründung 1994 ist das Unternehmenswachstum fast ausschließlich über Eigenkapital finanziert. Die Risikodeckung durch Eigenmittel erfolgt über die Erhöhung der Eigenkapitalquote. Die Ausschüttung von Finanzgewinnen ist nicht Ziel der Eigentümer. Den Eigentümern ist Unabhängigkeit und Selbstbestimmung wichtig. Daher verbleiben erwirtschaftete Gewinne größtenteils im Unternehmen, um eine beständige Erhöhung des Eigenkapitals zu generieren und die Zukunftssicherheit des Unternehmens zu sichern. Der Eigenkapitalanteil liegt im Branchendurchschnitt. Fremdfinanzierungen werden nur mit Augenmaß und in geringem Umfang genutzt. Die finanzielle Lage von Allgäu Batterie ist überdurchschnittlich gut.

Unser Rating bei unserer Hausbank, der Sparkasse Allgäu, beträgt 1 auf einer Skala von 1-18 (Stand 23.04.2024). Statistisch gesehen haben wir eine Ausfallwahrscheinlichkeit in den nächsten zwölf Monaten von 0,05 %.

Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?

Wir finanzieren das Unternehmen aus dem Geldmittelzufluss aus dem operativen Geschäft. Nachschuss von Geldmitteln durch die Gesellschafter, externe Investoren oder Crowdfunding werden nicht genutzt. Ein Teil der Firmenwagen werden durch Leasing fremdfinanziert.

Verpflichtende Indikatoren

Eigenkapitalanteil	
2022	2023
61 %	47 %

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche (2020)
38,7 %*

* Eigenkapitalquoten im deutschen Mittelstand nach Branchen 2022 | Statista

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine, da das Unternehmen bereits zum überwiegenden Teil aus eigenen Mitteln finanziert wird.



Selbsteinschätzung

Vorbildlich – 8 Punkte

Fremdeinschätzung

Vorbildlich – 7 Punkte

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?

Im Jahr 2022 wurde ein LfA Innovationskredit in Höhe von 500.000 € aufgenommen. Ausgebendes Institut ist die Sparkasse Allgäu. Der Innovationskredit wird genutzt, um den neuen Geschäftsbereich Batteriespeichersysteme aufzubauen. Zu Beginn ist mit hohen Kosten zu rechnen, ohne entsprechende Erträge zu generieren. Der Innovationskredit soll für Starthilfe für den Geschäftsbereich sein. Der LfA Innovationskredit hat den Vorteil, dass er im Vergleich zu konventionellen Krediten eine Förderung für Innovation beinhaltet, sodass die Zinslast geringer ist als bei vergleichbaren konventionellen Krediten. Finanzrisiken wie z.B. zu hohe Zinsbelastung, zu kurze Rückzahlungs- oder Fälligkeitsfristen, Währungsrisiken (Fremdwährungskredite), Tilgungsträger mit eigenem Wertrisiko oder Zinsswaps bestehen somit nicht. Spekulative Momente und damit zu vermeidende Risiken enthält der LfA Innovationskredit nicht.

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Es besteht aktuell keine Notwendigkeit, im Anschluss an den LfA Innovationskredit (läuft 2027 aus) neue Fremdmittel aufzunehmen.

Verpflichtende Indikatoren

Fremdkapitalanteil (%-Anteil Fremdkapital)	
2022	2023
39 %	53 %

Finanzierungsart	Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (in Tsd. EUR)	
	2022	2023
Leasing	Ca. 15.000 €	Ca. 20.000 €
LfA Innovationskredit	0 €	500.000 €

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Nach Auslaufen des LfA Innovationskredits keine Fremdmittel mehr aufnehmen.



Selbsteinschätzung

Vorbildlich – 8 Punkte

Fremdeinschätzung

Vorbildlich – 8 Punkte

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Welche Finanzpartner*innen hat das Unternehmen?

- Sparkasse Allgäu
- Raiffeisenbank im Allgäuer Land
- Gabler-Saliter Bank Obergünzburg

Daneben haben wir Finanzdienstleister im Bereich der Versicherungen. Der Geschäftsumfang ist aber im Vergleich zu den genannten Banken zu vernachlässigen.

Besonders hervorzuheben ist die 2024 neu ins Leben gerufene Partnerschaft mit fairpension, einem ebenfalls Gemeinwohl-bilanzierendem Unternehmen aus Berlin, das nachhaltige betriebliche Altersversorgung anbietet. Wir haben unserem konventionellen bAV-Anbieter zugunsten von fairpension gekündigt.

Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Alle drei Banken berücksichtigen nach unserem Kenntnisstand in ihrer Ausrichtung nachhaltige Geschäftsziele bzw. Leitlinien für Nachhaltigkeit.

Wir schätzen die Regionalität und die persönlichen Beziehungen der Banken.

Sparkasse Allgäu

- erste klimaneutrale Bank im Allgäu
- Förderer der Spendenplattform „Gut für das Allgäu“
- Jährliches Spenden- und Sponsoringvolumen von rund 900 Tsd. EUR (Stand 2022)
- Sparkassenstiftung
- Angebot nachhaltiger Fonds

Raiffeisenbank im Allgäuer Land

- Angebot nachhaltiger Fonds
- Unterstützung von nachhaltigen Projekten und Entwicklungen in der Region
- Breit gefächerte Spenden und Sponsorings

Gabler-Saliter Bank

- Gabler-Stiftung für die Förderung von Kunst, Kultur und Wissenschaft – speziell in der Region Allgäu
- Nachhaltigkeit und verantwortungsvolles Risikomanagement nach „ESG-Kriterien“ (Details siehe [hier](#))

Eine konkrete Bewertung der ethisch-nachhaltigen Ausrichtung der drei Banken ist uns nicht möglich.

Durch die langjährige Zusammenarbeit mit den Bankenvertretern konnten partnerschaftliche Beziehungen aufgebaut werden.

Verpflichtende Indikatoren

Bank	Geschäftsumfang (Jahresvolumen)	Finanzprodukt
Sparkasse Allgäu	██████████	Girokonto, Geldmarktkonto, LfA Innovationskredit
Gabler-Saliter Bank	██████████	Girokonto, Geldmarktkonto
Raiffeisenbank im Allgäuer Land	██████████	Girokonto, Geldmarktkonto

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aufbau einer Partnerschaft mit einer Ethikbank (z. B. GLS Bank, Triodos Bank, Umweltbank).



<i>Selbsteinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt	<i>Fremdeinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt
--	---

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?

Als unsere größte Investition betrachten wir in naher Zukunft die Einführung eines neuen ERP-Systems. Weitere Investitionen werden voraussichtlich ebenfalls im Rahmen unserer digitalen Transformation stattfinden. Wir versuchen alle unsere Zukunftsinvestitionen mit unserem Eigenkapital zu decken. Deswegen wird ein Großteil der Einnahmen in die Firma reinvestiert. Investitionen werden erst geplant und schlussendlich umgesetzt, wenn diese vollständig aus eigenen Mitteln finanziert werden können. Der Bedarf an Zukunftsausgaben ist idealerweise zu 100% ohne Neuverschuldung gedeckt.

Welche Ansprüche stellen die Eigentümer an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Die Eigentümer stellen keinerlei Ansprüche an ihre Kapitalerträge. Die Grundlebenshaltungskosten und Altersvorsorge müssen gedeckt sein. Der Großteil der Einnahmen wird in das Unternehmen reinvestiert, da das nachhaltige Wachstum der Firma Priorität hat.

Verpflichtende Indikatoren

	2022	2023
Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit in EUR		
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben in EUR		
Getätigter strategischer Aufwand in EUR		
Anlagenzugänge in EUR		
Zuführung zur Rücklage in EUR		
Auszuschüttende Kapitalerträge (in EUR, in % vom Stamm- oder Grundkapital)		

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i>	<i>Fremdeinschätzung</i>
Vorbildlich – 8 Punkte	Vorbildlich – 8 Punkte

B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmittel

Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?

Es wurden keine Standorte geschlossen.

Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?

Es werden keine Arbeitsplätze abgebaut, sondern Personal wird aufgebaut.

Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt?

Kapitalerträge verbleiben im Unternehmen und werden für Rücklagen und Investitionen verwendet. Eine Ausschüttung an familienfremde Gesellschafter erfolgt nicht.

Verbesserungspotenziale:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie - 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie - 0 Punkte
---	--

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Welche Sanierungsziele an/in der eigenen Anlage haben ökologisches Verbesserungspotenzial?

Allgäu Batterie hat über die letzten Jahre enorm viel investiert, um die ökologische Nachhaltigkeit zu verbessern.

Ein wichtiges und geplantes Sanierungsziel ist der Wechsel der Gasheizung auf eine ökologisch bessere Alternative. Für die Feststellung von ökologischen Verbesserungspotenzialen wurde die externe Firma PRÄG hinzugezogen, welche für uns einen Energiebericht erstellt hat. Dieser wurde über das Bundes-Förderprogramm „Energieberatung Mittelstand“ finanziell gefördert. Des Weiteren sind wir seit 2023 Mitglied im *Bündnis klimaneutrales Allgäu 2030*. Im Rahmen dessen werden detaillierte Daten erfasst und Verbesserungspotenziale definiert.

Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?

Die Kosten belaufen sich auf ca. 140.000 €. Aufgrund der aktuellen politischen Misere ist unklar, wie hoch die Fördersumme sein würde.

Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?

Es gibt keinen formalen Entscheidungsprozess für Investitionen. Durch die eigenen Werte stehen für Investitionen ökologische Verbesserungen, je nach Möglichkeit, im Vordergrund. Soziale Aspekte – insbesondere in Form von Verbesserungen der Arbeitsbedingungen werden bei Investitionsentscheidungen immer berücksichtigt.

Folgende soziale Verbesserungen konnten bereits durchgeführt werden:

- höhenverstellbare Arbeitstische
- Zwei Bildschirme für jeden Arbeitsplatz
- Homeoffice-Ausstattung
- Ergonomische Stühle

Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

- Umstellung der kompletten Lichttechnik auf LED
- Komplette Sanierung des Energiekonzepts 2022-2024: Schon seit einigen Jahren führen wir hart an der Leistungsgrenze, sowohl was die Netzanschlussleistung als auch was die Elektroinstallationen anbelangt. Stichpunktartig haben wir folgende Maßnahmen ergriffen:
 - Errichtung einer repräsentativen Energiezentrale im Hof, von der aus die Stromversorgung von Allgäu Batterie sichergestellt und gemanagt wird
 - Ladesäulen für Besucher, Mitarbeitende und Dritte per Abrechnungssystem

- Erweiterung der PV-Leistung von aktuell 30 kW_p Leistung (bis 2029/2031 in der Volleinspeisung) auf insgesamt 130 kW_p
- Batteriespeicher mit 109 kWh Energieinhalt und 88 kW Leistung zur Eigenverbrauchsoptimierung und als Pufferspeicher für die Elektromobilität
- Energiemanagementsystem zur Verwaltung aller Erzeuger und Verbraucher
- Netzanschlusserweiterung auf 95 kW und Zusammenlegung der beiden Anschlüsse Hoyaen 21 und 21a auf eine Leitung
- 2x 63A Drehstromdosen für den Test von großen Lithium-Ionen-Traktionsbatterien
- Entzerrung der Elektroinstallation des Testbereichs im Lager
- Die Kosten lagen bei 320 Tsd. Euro. Es wurde das Bundesförderprogramm „Ladeinfrastruktur vor Ort“ in Anspruch genommen. Das Bundesprogramm fördert die Installation von Elektroladesäulen sowie der Integration von Batteriespeichern.

Verpflichtende Indikatoren

Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf in EUR	
2022	2023
300.000 €	140.000 €

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Gasheizung durch Wärmepumpe ersetzen



<i>Selbsteinschätzung</i> Vorbildlich – 8 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Vorbildlich – 8 Punkte
--	---

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

Der erwirtschafteten Geldmittel verbleiben als jederzeit verfügbare Liquiditätsreserve im Unternehmen. Das Unternehmen hält keine Beteiligungen an Fonds oder sonstigen Finanzierungsanlagen.

Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

Nicht erforderlich, da keine Beteiligungen bestehen. Allgäu Batterie hält keine Beteiligungen an Fonds oder anderen Projekten.

Verpflichtende Indikatoren

Finanzierte Projekte (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung)	
2022	2023
0%	0%

Fonds-Veranlagungen (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung)	
2022	2023
0%	0%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine, da keine weiteren Fremdfinanzierungen oder Geldanlagen geplant sind.



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?

Die für die Lithium-Ionen-Batterien eingesetzten Lithiumsalze können, aufgrund des hohen Wasserverbrauchs beim Abbau, als ökologisch bedenklich eingestuft werden.

Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung und welche Wirkung wird damit erreicht?

Aktuell sind keine Maßnahmen zur Reduktion umsetzbar. Jedoch zeichnet sich ab, dass der technologische Trend in den nächsten ein bis zwei Jahrzehnten weg von Lithium-Ionen-Akkus und hin zu Feststoffakkus oder Natrium-Ionen-Akkus geht. Wir beobachten regelmäßig den Markt und sind bereit umzuschwenken, sobald neue Technologien und Anbieter kommen.

Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

In unserem Energiebericht der Firma PRÄG wurde festgestellt, dass Kraftstoff das größte Problem ist. Ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern im Bereich der firmeneigenen Kfz-Flotte ist somit für uns erstrebenswert. Bei unseren PKWs ist der Wechsel auf Elektro- bzw. Hybrid-Autos bereits in Gange. Lediglich bei den Transportern ist ein Wechsel, aufgrund der beschränkten Reichweiten bei der E-Mobilität, für unser Geschäftsmodell aktuell nur eingeschränkt umsetzbar.

Verbesserungspotenziale:

Sukzessive die gesamte Flotte auf Elektro umstellen, sofern es technologisch machbar ist (Nutzfahrzeuge).



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Wer sind die Eigentümer, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?

Allgäu Batterie

Anteil 2022	Anteil 2023	Eigentümer	Rechte, Pflichten und Haftung
44 %	44 %	Manuel Diepolder	Reguläre Rechte, Pflichten & Haftung eines geschäftsführenden Gesellschafters
44 %	44 %	Alexander Diepolder	Reguläre Rechte, Pflichten & Haftung eines geschäftsführenden Gesellschafters
12 %	12 %	Josef Diepolder	Gesellschafter ohne operative Verantwortung

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

Da wir ein Familienunternehmen sind, arbeiten die Eigentümer aktiv mit.

Die Eigentümer sind Antreiber und Ideengeber in vielen Bereichen wie z.B. Gemeinwohl, Produktentwicklung/-innovation, Organisationsentwicklung und Personalentwicklung.

Regelmäßig werden richtungsweise Entscheidungen gemeinsam in der Familie ausführlich diskutiert. Als Familienunternehmen werden operative Entscheidungen oftmals klassisch am Mittagstisch besprochen.

Eine beständige Weiterentwicklung der Eigenverantwortung und die aktive Mitgestaltung durch Mitarbeitende ist ein wesentlicher Teil der Unternehmensphilosophie. Dies spiegelt sich durch unsere zahlreichen Weiterbildungsmöglichkeiten für die Mitarbeitenden sowie gemeinsam definierten Zielen wider.

Informationsveranstaltungen finden für alle Mitarbeitenden statt, um Entwicklungen, Neuerungen und Info zur strategischen Ausrichtung transparent zu kommunizieren.

Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?

Da die Gesellschafter im Familienunternehmen aktiv tätig sind, erfolgt hier ein beständiger und transparenter Austausch – Entscheidungen werden gemeinsam abgestimmt.

Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?

Da wir ein Familienunternehmen sind, sind die Eigentümer Familienmitglieder. Weitere Eigentümer sind nicht geplant. Lediglich die Eigentumsanteile werden sich mit der Zeit ändern.

Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?

Im Jahr 2019 kamen Manuel und Alexander Diepolder als Gesellschafter hinzu. Davor war Josef Diepolder alleiniger Gesellschafter. Die Veränderung wird dadurch abgesichert, dass es ein reines Familienunternehmen ist und bleiben wird.

Verpflichtende Indikatoren

Verteilung des Eigenkapitals: (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100 %)		
	2022	2023
Unternehmer	100%	100%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?

Im Berichtszeitraum hat keine feindliche Übernahme stattgefunden.

Eine Übernahme – auf welche Weise auch immer – widerspricht der Haltung und der Ideologie des Unternehmens und wird daher grundsätzlich abgelehnt.

Das Unternehmen hat keine feindliche Übernahme durchgeführt und ist auch nicht in der Vorbereitung einer feindlichen Übernahme.

Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

Per Gesellschaftsform ist eine feindliche Übernahme nicht möglich.

Verbesserungspotenziale:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?

Seit dem Einstieg von Manuel Diepolder im Juli 2015 steht das Thema Arbeitsplatzkultur ganz oben auf der Agenda. Durch sein kulturell geprägtes Studium vertritt er konsequent die Ansicht, dass die Mitarbeitenden die wichtigste Ressource eines Unternehmens sind und dementsprechend behandelt und gewürdigt werden sollten. Vor diesem akademischen Hintergrund ist die Arbeitsplatzkultur bei Allgäu Batterie nicht nur ein Mittel zum Zweck, sondern zentraler Bestandteil der Unternehmensführung und wird aktiv gefördert und gestaltet.



Allgäu Batterie hat bereits mehrfach an Great Place to Work teilgenommen. Im Rahmen des Great Place to Work Kultur Audits werden im ersten Fokusgebiete die Kernqualitäten der Arbeitsplatzkultur beschrieben. Hierdurch rückt die Perspektive der Mitarbeitenden stärker in den Fokus. Deshalb wurden die Kernqualitäten, die in diesem Fokusgebiet beschrieben werden, zusammen mit einem Team aus der Belegschaft definiert. In einem mehrstündigen Workshop haben die Mitarbeitenden, die in ihrer demografischen Zusammensetzung (Alter, Geschlecht, Abteilung, Betriebszugehörigkeit) die Belegschaft gut repräsentierten, in mehreren Schritten die Grundpfeiler unserer Unternehmenskultur herausgearbeitet. Kurz zusammengefasst haben die Teilnehmenden nach einer Einführung in mehreren Bereichen die für sie wichtigsten Elemente unserer Unternehmenskultur definiert, diskutiert und dokumentiert. Dabei stieg von Runde zu Runde das Abstraktionsniveau. Begonnen bei den Maßnahmen ging es über in die Unternehmenskultur schlussendlich bis hin zum Arbeitgeber, was sich in unserem Fall konkret auf die Familie Diepolder bezieht. Die Ergebnisse aus den drei Runden Brainstorming wurden mit einer Diskussionsrunde zu den Alleinstellungsmerkmalen unserer Unternehmenskultur abgerundet. In einem letzten Schritt wurden die gesammelten Schlagworte zu unseren fünf Kernqualitäten kondensiert, die sich in folgendem Leitsatz wiederfinden:

„Wir verstehen uns als ein Familienunternehmen im wahrsten Sinne des Wortes, in dem sich alle Mitarbeitenden sowohl individuell als auch im Kollektiv wohl fühlen und Wertschätzung durch glaubwürdige Führungskräfte erfahren.“

Auch im Jahr 2023 fand eine Befragung durch Great Place to Work statt und wir wurden 2024 wieder in den Regionen Allgäu, Bayern und kleiner Mittelstand als Beste Arbeitgeber ausgezeichnet. Dieser Erfolg wurde im Rahmen eines gemeinsamen “FEIERabends” gefeiert.

Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?

Im täglichen Miteinander haben wir eine konstruktive Feedbackkultur etabliert. Ein wichtiger Bestandteil davon ist, dass alle Mitarbeitenden wissen, dass sie zu jeder Zeit mit ihren Anliegen auf die Führungskräfte zugehen können. Des Weiteren hat eine positive Fehlerkultur einen hohen Stellenwert bei Allgäu Batterie. Uns ist sehr bewusst, dass es das Gegenteil von innovativ sein ist, keine Fehler machen zu dürfen. Die Devise lautet: Es geht nicht darum, keine Fehler zu machen, denn die sind menschlich und niemand ist unfehlbar. Viel wichtiger ist, wie mit den Fehlern lösungsorientiert umgegangen wird. Das gilt für alle Positionen im Unternehmen. Auch die Geschäftsführung steht dazu, wenn sich eine Entscheidung im Nachgang als suboptimal herausstellt. Es geht nicht darum, Schuldige zu finden, sondern im Team eine Lösung herbeizuführen. Aus diesem Grund ist auch die Aussage „Das geht mich nichts an“ auf der roten Liste der Sätze bei Allgäu Batterie. Denn letztendlich geht jeden jede Entscheidung etwas an, da wir nur als Kollektiv erfolgreich sein können.

Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Das Konzept des Empowerments sieht vor, dass Mitarbeitende dazu befähigt werden, die ihnen übertragenen Aufgaben möglichst eigenständig und eigenverantwortlich zu bewältigen. In diesem Kontext ist das Befähigen von Mitarbeitenden nicht nur ein wichtiger Baustein für ein erfülltes Arbeitserlebnis, sondern gleichzeitig auch ein essenzielles Instrument für Führungskräfte.

Die Übertragung von Verantwortung steht dabei im Zentrum. Nicht umsonst bildet das Wortpaar „fördern“ und „fordern“ eine feste Einheit. Für verschiedene Tätigkeitsfelder gibt es klare Zuständigkeiten, die von den jeweiligen Mitarbeitenden eigenverantwortlich bearbeitet werden. Die Herausforderung für die Führungskräfte ist dabei, die Verantwortung so auszugestalten, dass sich der Mitarbeitende in dem schmalen Korridor zwischen Über- und Unterforderung bewegt. Je nach Fähigkeit der Mitarbeitenden kann so für jeden eine optimale Balance gefunden werden, in der am produktivsten gearbeitet werden kann. Manchmal ist es aber auch förderlich, bewusst eine leichte Überforderung hervorzurufen. Das kann beispielsweise dadurch geschehen, dass einem Mitarbeiter eine Aufgabe übertragen wird, die über das gewohnte Tätigkeitsgebiet hinaus geht. Dieser sprichwörtliche Blick über den Tellerrand kommt letztendlich sowohl dem Mitarbeitenden als auch dem Unternehmen zugute. Denn eine Erweiterung der Comfort Zone findet nur statt, wenn deren Grenze ein wenig überschritten wird, ohne den Kontakt dazu zu verlieren, und eine Rückkehr dorthin jederzeit zu ermöglichen.

Damit unsere Führungskräfte diese Herausforderung meistern, finden regelmäßige Führungskräftecoachings statt. So kommen im Abstand von zwei bis drei Monaten die Führungskräfte zusammen, um mit dem Coach über Rollen, Konflikte, Motivation oder Organisation zu sprechen. Unter anderem wissen unsere Führungskräfte durch diese Coachings, dass sie die Fähigkeiten jedes Mitarbeitenden brauchen, um die Ziele des Teams zu erreichen. Deshalb kommt es auch darauf an, die Kompetenz zur eigenständigen Problemlösung zu fördern. Viele Führungskräfte tendieren dazu, an sie herangetragene Fragestellungen selbst zu beantworten, auch wenn das Thema gar nicht in ihrem Zuständigkeitsgebiet liegt. Dieser Reflex soll durch die magische Rückfrage „Was brauchst du von mir, um dieses Problem zu lösen?“ verringert werden, damit die Mitarbeitenden selbstständig zu einer Lösung gelangen. Denn die Kompetenzen haben sie ohne Zweifel.

Verpflichtende Indikatoren

	2022	2023
Fluktuationsrate	2%	2%
durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	7,7 Jahre	7 Jahre
Anzahl der Initiativbewerbungen	Ca. 2/Monat	Ca. 4/Monat
Anzahl Bewerbungen auf Stellenausschreibungen	Ca. 8/Monat	Ca. 12/Monat
Anzahl und Regelmäßigkeit an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur	Jährlich	Jährlich
Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene	Ca. 8 Std. / Mitarbeitenden	Ca. 8 Std. / Mitarbeitenden

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine.



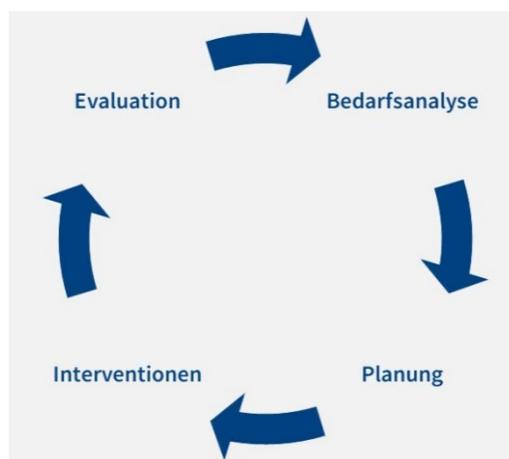
<i>Selbsteinschätzung</i>	<i>Fremdeinschätzung</i>
Vorbildlich – 7 Punkte	Vorbildlich – 7 Punkte

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?

Viele Mitarbeitende nehmen an verschiedensten Fitnessprogrammen teil. Ebenso werden die meisten Mitarbeitenden zu Erst- und Brandschutzhelfern ausgebildet. Schulungen und Unterweisungen werden systematisch und verpflichtend durchgeführt. Über regelmäßige Evaluationen werden Maßnahmen kontinuierlich erweitert, angepasst und verbessert.

Bei der Umsetzung der betrieblichen Gesundheitsförderung sowie beim Arbeitsschutz analysieren wir nach dem klassischen BGM-Prozess die vier Schritte: Bedarfsanalyse, Planung, Intervention und Evaluation.



Betriebliche Gesundheitsförderung:

1. Bedarfsanalyse

Aufgrund der Erkenntnisse aus unserem Health & Safety Day 2019 hat sich die Geschäftsleitung dazu entschlossen, in den ersten Jahren des BGF (ab 2020) den Fokus auf das Thema Bewegung zu legen. Nichtsdestotrotz können bei dringendem Bedarf und auf expliziten Wunsch eines Mitarbeitenden auch individuell andere Konzepte in Betracht kommen.

Im Jahr 2021 kamen u.a. aufgrund der Corona-Pandemie keine Kurse / Gruppenkurse zustande; ebenso war die Nutzung von Fitnessanlagen nur sehr eingeschränkt möglich.

Das Jahr 2024 steht im Fokus des "Ausprobierens". Es werden das ganze Jahr über jeden Monat unterschiedliche Angebote umgesetzt (Siehe Aktionen 2024 auf der nächsten Seite).

2. Planung

Bei aller Unterstützung durch externe Akteure (gesetzliche Krankenkassen) bleibt festzuhalten, dass viele Maßnahmen von Allgäu Batterie selbst umgesetzt werden. Wir folgen hier der Überzeugung, dass die Gesundheit aller Mitarbeitenden ein wesentlicher Bestandteil einer langfristig erfolgreichen Firma ist. Maßgeblich ist somit nicht, wie eine Maßnahme durch externe Hilfe finanziert werden kann, sondern ob sie unseren Mitarbeitenden bei der Gesundheitsförderung behilflich ist.

Bei dem jährlich stattfindenden Gesundheitstag haben wir im Jahr 2024 folgende Themen genauer betrachtet:

- Mit Bauch, Herz und Hirn die eigene Gesundheit stärken

- Ernährungstipps für die fixe Küche in der Mittagspause
- Betriebsmedizin
- Krankenkasse & Gesundheitsapp

Energiegeladene Maßnahmen, die beispielweise in den letzten Jahren umgesetzt wurden:

- Obst- und Gemüsekorb
- Müsli-Bar
- Hochbeete mit Salaten, Kräutern und Erdbeeren
- Schallschluckende Bürogestaltung
- Kostenlose zuckerfreie Getränke
- Bestmögliche Arbeitsplatzergonomie
- Chill-Out-Raum
- Jobrad
- Jährlicher Gesundheitstag (mögliche Themen für die Zukunft)
 - Simulation der Auswirkungen von Alkohol auf die Fahrtüchtigkeit
 - Kabinensimulator
 - BGHW-mobil
 - Interkulturelle Kommunikation
 - Umweltschutz
 - Stress und Psyche
- Flexible Arbeitszeitgestaltung

3. Intervention

Im Anschluss an den diesjährigen Gesundheitstag haben wir das Jahr monatlich in neue Gesundheitsbereiche eingeteilt, welche von bestimmten Maßnahmen begleitet werden. Die folgende Abbildung zeigt die Planung der nächsten Monate:

GESUNDHEIT AKTIONEN 2024 		
WANN	THEMA	WAS
April	ENTSPANNUNG	Mobile Massage in Haldenwang
Mai	ERGONOMIE	Bürostuhlalternativen zum Ausprobieren (in Klärung)
Juni	BEWEGTE PAUSE	1x pro Woche vor Ort und virtuell
Juli	STÄRKUNG	Mobiler Physio in Haldenwang (in Klärung)
August	BEWEGUNG	Firmenlauf
September		
Oktober		
November		
Dezember		

Jedes Jahr nehmen wir im August am Benefizlauf im Rahmen der Allgäuer Festwoche teil. Dort haben die Mitarbeitenden verschiedene Möglichkeiten zur Auswahl – von Spazieren gehen, Joggen bis hin zum Radfahren ist für jeden eine passende Strecke dabei.

Durch eine Form der Nettolohnoptimierung ist es den Mitarbeitenden außerdem möglich über “Wellpass” ein Abo im Gesundheitsbereich abzuschließen, welches mit knapp 45 Euro pro Mitarbeitenden vom Arbeitgeber gefördert wird.

Den Mitarbeitenden steht darüber hinaus das RV Fit-Programm zur Verfügung. Die Rentenversicherung bietet gemäß § 14 Abs. 1 SGB VI Versicherten mit besonderen gesundheitlichen Risiken, bei denen aber noch kein Rehabilitationsbedarf nach § 15 SGB VI besteht, berufsbegleitend medizinische Leistungen zur Prävention an.

An dem Programm können alle teilnehmen, die:

- Aktiv berufstätig sind
- Seit mindestens 6 Monaten arbeiten
- Erste „Zipperlein“ haben (z. B. gelegentliche Rückenschmerzen, leichtes Übergewicht, Stress- oder Schlafprobleme)

Das Programm umfasst folgende Schritte:



Kosten für die Teilnahme:

- 0,- EUR für den Arbeitnehmer, ggf. 1 Urlaubstag
- 3 Tage Freistellung durch den Arbeitgeber

4. Evaluation

Die Evaluation erfolgt anlassbezogen, bspw. nach bestimmten Maßnahmen wie die Durchführung des Gesundheitstages. Insgesamt wird mindestens 2-mal jährlich zum Thema Gesundheit eine Evaluation durchgeführt.

Arbeitsschutz:

Allgäu Batterie bietet allen Mitarbeitenden die Durchführung von arbeitsmedizinischen Vorsorgen durch den Betriebsarzt an. Je nach Tätigkeit kommen dafür verschiedene Vorsorgen in Frage. Folgende Funktionen waren an der Erstellung der Gefährdungsbeurteilung beteiligt:

- Betriebsarzt
- Fachkraft für Arbeitssicherheit
- Brandschutzbeauftragter
- Gefahrgutbeauftragter
- Sicherheitsbeauftragter
- Geschäftsführung

Gleichzeitig bilden diese Rollen den Arbeitssicherheitsausschuss, der die gesetzlich vorgeschriebenen Tätigkeiten erfüllt.

In den letzten Jahren wurden folgende Maßnahmen umgesetzt:

- Sichere Organisation von Arbeiten unter Spannung
- Alleinarbeit: Bewertung anhand der DGUV Regel 112-139
- Ganzheitliches Unterweisungskonzept: Einführung des Tools Secova sam zur Durchführung und Prüfung von Unterweisungen
- Verfeinerung der Gefährdungsbeurteilung
- Neubewertung der Elektrosicherheit

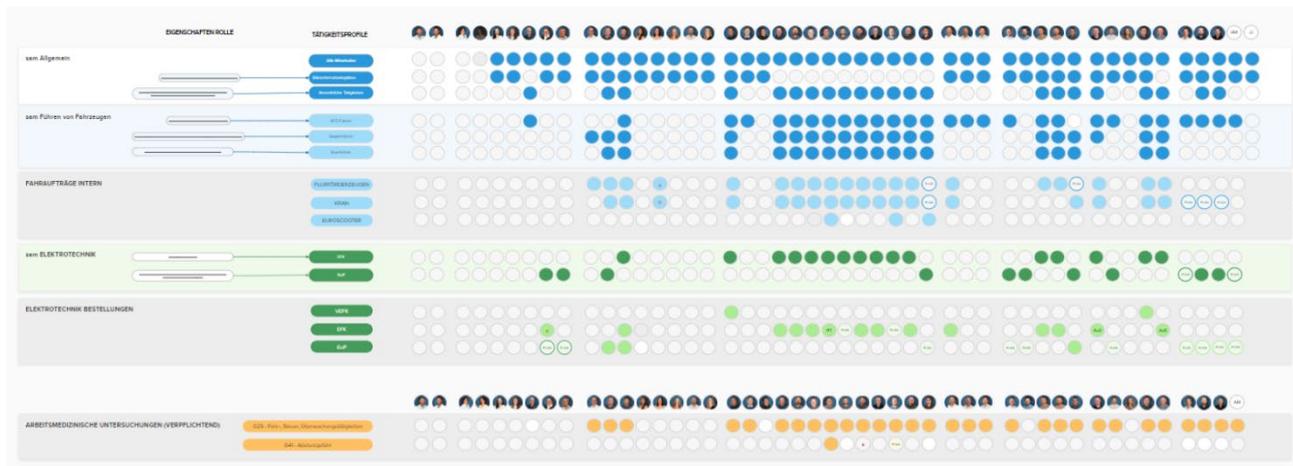
Die bisherigen Maßnahmen waren erfolgreich, da die Krankheits- und Unfallquote marginal ist.

Die Evaluation der neuen Maßnahmen erfolgt Jahr für Jahr.

Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein und welche Maßnahmen werden zum Schutz getroffen?

Bei Allgäu Batterie verfolgen wir eine Arbeitssicherheit auf höchstem Niveau. Grundlage hierfür ist eine sehr detaillierte und gewissenhaft ausgeführte Gefährdungsbeurteilung, bei der alle Aspekte des Arbeitsschutzes dargelegt werden. Wir setzen in aufwendigen Ausarbeitungen alles daran, alle Eventualitäten zu berücksichtigen, um Gefährdungen so ganzheitlich wie möglich auszuschließen. Dazu zählen u.a. ein umfassender Hautschutzplan, die Ausbildung der meisten Mitarbeitenden zu Brandschutz Helfern und Ersthelfern und die Bereitstellung eines Defibrillators.

Darüber hinaus haben wir eine strukturierte Herangehensweise, immer mit dem Blick auf das Ganze, die sich kontinuierlich weiterentwickelt. Wie die Grafik verdeutlicht, werden für jeden Mitarbeitenden Sicherheitsschulungen, Vorsorgeuntersuchungen und ähnliches anhand ihrer Rolle und Tätigkeit geplant und durchgeführt.



Bestätigt wurden wir dadurch, dass bei den letzten Kontrollen durch das Gewerbeaufsichtsamt im Sommer 2019 und durch die Berufsgenossenschaft im Sommer 2021 keine nennenswerten Mängel festgestellt wurden. Ein für uns besonders relevantes Teilgebiet der Arbeitssicherheit ist die Sicherheit in der Elektrotechnik. So wurden beispielsweise der Serviceleiter zur Verantwortlichen Elektrofachkraft bestellt. Damit sie mit dieser neuen Verantwortung nicht auf sich allein gestellt ist, wurde die Teilnahme an einer zweitägigen Schulung organisiert, bei der er sich mit den zusätzlich an ihn gestellten Anforderungen vertraut machen konnte. Außerdem bot die Fortbildung die Möglichkeit, sich mit anderen Personen über die Tätigkeiten auszutauschen. Ebenfalls im Zusammenhang mit der Qualifizierung zur Elektrofachkraft führen wir mit unseren Servicetechnikern jährlich eine Inhouse-Schulung mit externen Experten durch, um das Wissen über den aktuellen Stand der Technik und Normung kompakt zu erlangen. Denn ohne diese Möglichkeit müsste sich jeder Techniker auf eigene Faust alle technischen und normenrelevanten Neuerungen erarbeiten, um den Status der Elektrofachkraft nicht zu verlieren. Somit profitiert Allgäu Batterie von kompetenten Fachkräften und den Servicetechnikern wird die Last der sehr aufwendigen Dokumentation des eigenen Wissensstands abgenommen. Auf der dritten Ebene der elektrotechnischen Qualifikationskala folgt die elektrotechnisch unterwiesene Person (EuP). Auch hierfür wurde eine eintägige Inhouse-Schulung durchgeführt, an der alle kaufmännischen Mitarbeitenden teilnahmen. Dies ist zwar rechtlich nicht vorgeschrieben, erhöht aber auf der einen Seite die Sicherheit der kaufmännischen Mitarbeitenden im Umgang mit elektrotechnischen Geräten und verbessert auf der anderen Seite ihr Wissen über diese, was wiederum im Arbeitsalltag von großem Nutzen ist.

Verpflichtende Indikatoren

Gesundheitsquote	
2022	2023
93,7% (13,8 Tage Krankheit pro Mitarbeitenden)	95,0% (11,5 Tage Krankheit pro Mitarbeitenden)

Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen	
2022	2023
0	0

Jahr	Anzahl Betriebsunfälle	Ausmaß/Art
2022	4	Kleine Verbrennung, überdehnte Sehne
2023	4	kleine Schnittwunden / Finger Quetschung u.a., es gab keine langfristigen Ausfälle

In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden		
	2022	2023
JobRad	7	8
Qualitrain	5	6
RVFit	0	1

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Eine noch höhere Teilnahmekoten an den vielen Maßnahmen erreichen
- Effektivitätskontrolle der Betriebsanweisungen



<i>Selbsteinschätzung</i> Erfahren – 6 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Erfahren – 6 Punkte
---	--

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

Allgäu Batterie versucht, die Vielfalt auf allen Ebenen zu fördern. Bei uns finden sich die verschiedensten kulturellen Hintergründe wieder. Des Weiteren haben wir zwei festangestellte Flüchtlinge. Doch nicht nur die Kultur spielt beim Thema Diversität eine Rolle, sondern auch andere demografische Faktoren. Bei allen Aspekten versuchen wir, so gut es geht, eine Balance zu halten. Deshalb können wir zurecht behaupten, dass wir Diversität leben. Darüber hinaus versuchen wir immer, eine ausgewogene Balance aus Jung und Alt zu finden. Und für eine männerdominierte Branche haben wir mit einem Anteil von 24 % (2023) eine überdurchschnittliche Anzahl an Frauen (der Anteil weiblicher Beschäftigter liegt in unserer Branche bei 21 %). Diese würden wir auch gerne steigern, jedoch ist das aufgrund relativ weniger Frauen mit elektrotechnischer Ausbildung leider im Moment nicht möglich. So haben wir beispielsweise seit 2015 keine einzige Bewerbung einer Frau auf eine gewerblich-technische Stelle erhalten. Wichtig ist an dieser Stelle, dass biologische Unterschiede zwischen den Geschlechtern keinerlei Einfluss auf eine Einstellung haben. So stellen wir regelmäßig junge Frauen ein, die leider oftmals noch benachteiligt sind bei der Stellenvergabe. Im Frühjahr 2024 haben wir die "Charta der Vielfalt" unterschrieben, um uns für eine vielfältige und diverse (Arbeits-)Welt einzusetzen. Es betont unsere wertschätzende und vorurteilsfreie Haltung.

Des Weiteren haben wir ein Video aufgenommen, welches unsere Haltung klar verdeutlicht. Bei dem Video haben die Mitarbeitenden mitgemacht und konnten auch ihre Haltung dadurch verdeutlichen. Der Grundtenor ist: "Allgäu Batterie steht für Vielfalt".

Es wird ein sehr hoher Wert auf Diversität gelegt. Das Bewusstsein ist für die Mitarbeitenden selbstverständlich. Das zeigte sich beispielsweise an der Vorbereitung für die Videoaufnahmen. Dort haben sich die Mitarbeitenden von sich aus und mit voller Überzeugung eingebracht. Darüber hinaus werden die Mitarbeitenden entsprechend ihren Stärken weiterentwickelt und eingesetzt, individuell auf jeden Einzelnen abgestimmt.

In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen und was wird dagegen getan?

In unseren Augen gibt es keine Annahme dazu, dass es Bereiche gibt, in denen sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen könnten. Dies ist auf eine Auswertung der Mitarbeiterbefragung durch Great Place To Work zurückzuführen. Der einzige Bereich könnten die Führungspositionen sein, da hier aktuell nur Männer vertreten sind. Hier gab es jedoch noch nie Beschwerden.

Wir haben im Jahr 2023 das Format "MitgestALLten" ins Leben gerufen, um verschiedene Themen mit interessierten Mitarbeitenden zu diskutieren und ggf. zu verändern. Ziel ist, "nahe am Puls" des Teams zu bleiben.

Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Es wird von der Geschäftsführung bewusst und aktiv eine sehr flache Hierarchie gewünscht und gelebt. So sind alle miteinander per Du und es wird gewünscht, dass Entscheidungen so oft wie möglich von derjenigen Person getroffen werden, die unmittelbar mit der Tätigkeit betraut ist. Das Hauptziel ist es, die

Eigenverantwortung der Mitarbeitenden möglichst hochzuhalten. Durch personalisierte Entwicklungsmaßnahmen werden die Mitarbeitenden dort abgeholt, wo sie mit ihren Fähigkeiten und Fertigkeiten in dem Moment stehen. Es gibt also nicht nur Gruppenveranstaltungen im Rahmen der Weiterbildung, sondern oftmals kommen individuell zugeschnittene Maßnahmen zum Einsatz.

Folgende Beispiele zur Entwicklung unserer Mitarbeitenden sind zu nennen: Entwicklung zum Ausbilder, Ernennung zum Teamleiter, Intensive Weiterbildung im Bereich Software, Umschulung vom Techniker zum Service Manager oder Erwerben des Meisters. Die Maßnahmen zur Entwicklung sind vielfältig.

Verpflichtende Indikatoren

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden nach Alter, Anteil Frauen und Behinderung		
	2022	2023
25 Jahre oder jünger	Rückwirkend nicht ermittelbar	5
26 bis 34 Jahre	Rückwirkend nicht ermittelbar	17
35 bis 44 Jahre	Rückwirkend nicht ermittelbar	14
45 bis 54 Jahre	Rückwirkend nicht ermittelbar	7
55 Jahre oder älter	Rückwirkend nicht ermittelbar	7
Durchschnittsalter	Rückwirkend nicht ermittelbar	39,4 Jahre
Anteil Frauen	21 %	24 %
Grad der Behinderung 50%	2 Mitarbeitende	1 Mitarbeitender

In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden	
2022	2023
28 Std.	30 Std.

Gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)

Wir sehen uns im Vergleich zur Region Allgäu als verhältnismäßig divers an.

Väter-/Mütter-Karenz	Anzahl	Dauer
Väter	4	1 Monat
Mütter	4	2-3 Jahre

Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/Fluktuationen
Wir haben ca. 1 Abgang/Jahr

Zugänge		
	2022	2023
25 Jahre und jünger	3x Männlich	0
26-34 Jahre	2x Weiblich, 2x Männlich	3x Männlich, 1x Weiblich
35-44 Jahre	1x Männlich	3x Männlich
55 und älter	1x Männlich	0

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Tag der Kulturen veranstalten
- Erhöhung der Anteil an weiblichen Mitarbeiterinnen
- Vermehrte Einstellung von benachteiligten Gruppen, zum Beispiel Schwerbehinderte
- Unternehmen mit Vorbildfunktion befragen und in den Austausch gehen



<i>Selbsteinschätzung</i> Vorbildlich – 7 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Vorbildlich – 7 Punkte
--	---

C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?

Es gibt keine Bereiche mit menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen.

Welche Rückmeldungen dazu gibt es beim Betriebsrat bzw. der Personalabteilung?

Es gibt bis dato diesbezüglich keine Rückmeldungen.

Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

Gemäß der Vorgabe der Arbeitssicherheit berichten Mitarbeitende direkt an ihre Führungskräfte. Des Weiteren erfolgen regelmäßig Kontrollen von Externen (Fachkraft für Arbeitssicherheit, Betriebsarzt, Berufsgenossenschaft, Gewerbeaufsichtsamt).

Verpflichtende Indikatoren

Statement von Betriebsrat und/oder Personalabteilung zu diesen Fragen

Kein Statement erforderlich, da es keinen Betriebsrat gibt.

Gerichtsprozesse/Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab

Es gibt keine Gerichtsprozesse oder Rechtsverfahren.

Anzahl/Inhalt der Beschwerden von Seiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden

Es gibt keine Beschwerden von jeglichen Seiten.

Verbesserungspotenziale:

Keine.



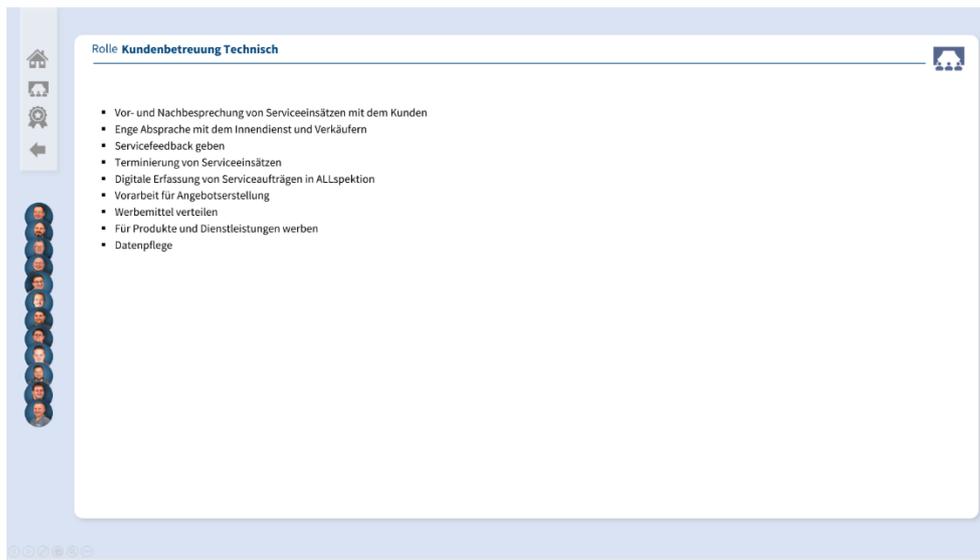
<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten und wie transparent sind die zugrundeliegenden Konditionen?

Die Leistungen werden durch den Lohn oder das Gehalt abgegolten. Zudem liegt für jede Tätigkeit/Verantwortungsbereich ein entsprechendes Arbeitsprofil vor. Durch diese grafische Aufarbeitung wird ebenfalls die Transparenz erhöht.



Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster "lebenswürdiger Verdienst" zusteht?

Zur Wertschätzung gehört selbstverständlich auch eine monetäre Komponente. Deshalb sollen die Mitarbeitenden sich nicht nur wohlfühlen und ihre Arbeit gerne tun, sondern auch durch eine faire Vergütung adäquat dafür entlohnt werden. Auch wenn Benefits wie kostenloser Kaffee, Tee, Mittagessen und Snacks über das Jahr gerechnet mehrere Hundert Euro pro Person ausmachen, zählt am Ende doch das Gehalt auf der Lohnabrechnung. Daher erhalten unsere Mitarbeitenden ein überdurchschnittliches Grundgehalt, wenn man die Ergebnisse von einschlägigen Entgeltvergleichsrechnern zugrunde legt. Die Resultate der Mitarbeiterbefragung aus 2023 (Great Place To Work) lassen ebenfalls den gleichen Schluss zu, da eine Frage explizit diesen Punkt abfragt. Wir erhielten eine Zustimmungsquote von 81 %. Darüber hinaus haben nur 5%, also zwei Personen dieser Aussage gar nicht zugestimmt. Jedoch zählt in erster Linie nicht nur das, was über dem Strich, sondern vor allem das, was darunter steht. Deshalb haben wir etliche Maßnahmen zur Nettolohnoptimierung etabliert, wobei sich jeder Mitarbeitende die passenden Bausteine aussuchen kann, um mehr Netto vom Brutto zu erzielen.

Maßnahmen zur Nettolohnoptimierung sind:

- Vermögenswirksame Leistungen
- Wellpass
- Edenred
- Betriebliche Altersvorsorge

- Kindergartenzuschuss
- JobAuto
- JobRad

Ebenfalls wird beim Gehalt auf sich ändernden Lebensumstände geachtet wie z. B. Geburt eines Kindes oder ggf. Pflegefall.

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Eine Selbstorganisation gibt es nicht. Die Gehälter werden klassisch in Gehaltsgesprächen festgelegt. Zudem ist in der Belegschaft zu vernehmen, dass dies nicht gewünscht ist. Bei Unzufriedenheit steht die Geschäftsführung jederzeit für Gespräche zur Verfügung.

Verpflichtende Indikatoren

Höchst- und Mindestverdienst (<i>innerbetriebliche Spreizung</i>)			
Jahr	Mindestverdienst	Höchstverdienst	Spreizung
2022	██████████	██████████	██████████
2023	██████████	██████████	██████████

Medianverdienst	
2022	2023
██████████	██████████

Standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“ (für alle Betriebsstandorte)

Nach unserem Kenntnisstand liegt der lebenswürdige Verdienst in der Region bei 1.800€ netto pro Monat. Bei unserer Mitarbeiterbefragung haben wir mit über 81% eine überdurchschnittlich hohe Zustimmung beim angemessenen Verdienst zur erbrachten Leistung.

Allen Mitarbeitenden wird ein „lebenswürdiger Verdienst“ gewährleistet. Darüber hinaus liegt die Spreizung der Gehälter derzeit bei 1:3,1 (umfasst alle Fix-Gehälter). In den nächsten Jahren soll die Spreizung noch geringer werden. Außerdem werden die Gehälter bedarfsgerecht und individuell an die Mitarbeitenden angepasst, bspw. Kinder oder Pflegefälle.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Entwicklung eines neuen Gehaltssystems zusammen mit den Mitarbeitenden
- Paradigmenwechsel bei der Vergütung: Statt „Geld für Zeit“ auf „Geld für Beitrag“ setzen



<i>Selbsteinschätzung</i> Erfahren – 4 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Erfahren – 4 Punkte
---	--

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Die Mitarbeitenden können selbst entscheiden, wie sie ihre Stunden über die Woche verteilen. Durch die verschiedenen Arbeitszeitmodelle kann jeder Mitarbeitende seine passende Wochenarbeitszeit bestimmen. Überstunden werden nach Möglichkeit vermieden, aber auch jederzeit vollumfassend erfasst und anschließend zeitnah abgebaut. Mit unserem fortschrittlichen Arbeitsmodellen haben wir immer häufiger die Möglichkeit, andere daran teilhaben zu lassen – bspw. in Podiumsdiskussionen, im Allgäu Podcast oder auf bei Sat.1.

Zu unserem Unmut hat es die Bundesregierung noch nicht geschafft, das Arbeitszeitgesetz der heutigen Lebensrealität anzupassen. Somit lässt sich unsere Überzeugung, die Anwesenheitszeit als Vertrauensarbeitszeit zu führen, schwerlich umsetzen. Denn der Arbeitgeber ist generell verpflichtet, die Arbeitszeit zu dokumentieren. In der Praxis bedeutet dies, dass jeden Tag die Anwesenheit nachverfolgt werden muss. Wir erfüllen diese Verpflichtung durch ein Tool, das die Verwaltung der Arbeitszeiten erleichtert. Jedoch dient es nur der Dokumentation und nicht der Kontrolle, weshalb der Mitarbeitende hier seine Arbeitszeiten auch **selbstständig** einträgt. Lediglich bei den Servicetechnikern, deren Arbeitszeit unseren Kunden unmittelbar in Rechnung gestellt wird, müssen die Anwesenheiten genehmigt werden.

Die Verteilung der Arbeitslast wird durch die jeweiligen Führungskräfte koordiniert und bei Bedarf entsprechend angepasst.

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Überstunden sollen nur im absoluten Ausnahmefall erbracht werden. In der Regel werden keine Überstunden benötigt, um den Erfolg des Unternehmens sicher zu stellen.

Für Mitarbeitende im Außendienst werden entsprechende Ausgleichsmöglichkeiten gefunden. Die Problematik hierbei ist teilweise die lange Anfahrtszeit; beträgt diese z. B. einfach 4 Stunden, ist bereits ein 8 Stunden Arbeitstag ausgefüllt ohne dass eine Montagetätigkeit erbracht wurde.

Auch für die Mitarbeitenden im Innendienst besteht die Möglichkeit, Überstunden als sogenannten "Freizeitausgleich" wieder abzubauen.

Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?

Es gibt die Möglichkeit die Wochenarbeitsstunden im Monat flexibel zu verteilen. So kann beispielsweise Mo. – Do. jeweils eine Stunde mehr gearbeitet werden. Am Freitag kann diese Mehrarbeit genutzt werden, um früher Feierabend zu machen.

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Zur Selbstorganisation der Arbeitszeit wird das Gleitzeitmodell verwendet. Mitarbeiter haben also einen Spielraum, in dem sie ihre Arbeit beginnen können. Dafür wurden für die Teams Rahmenarbeits- und Funktionszeiten festgelegt. Je nach Rolle bestehen unterschiedliche Funktions- und Rahmenarbeitszeiten. Die Funktionszeiten dienen dazu, die Erreichbarkeit für Kunden und Kollegen sicherzustellen. Während der Funktionszeit muss ein Team erreichbar sein, was allerdings nicht bedeutet, dass das gesamte Team anwesend sein muss. Für den Serviceaußendienst besteht aufgrund der Tätigkeit keine Funktionszeit. Derzeit wird die Arbeitszeitrichtlinie überarbeitet. Zur Überarbeitung hat sich in der Belegschaft ein Arbeitszeitrat gebildet, der an der Überarbeitung mitarbeitet. In der Gruppe sind möglichst aus allen Funktionen Repräsentanten vertreten, um alle Interessen zu berücksichtigen.

Verpflichtende Indikatoren

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit

Für Vollzeitmitarbeitender beträgt die definierte Wochenarbeitszeit 40 Stunden. Jedoch kann jeder Mitarbeitende flexibel seine Arbeitszeit gestalten.

Tatsächlich geleistete Überstunden

Stand 27.05.2024: Aktuell haben wir einen Durchschnitt von 10,75 Überstunden pro Mitarbeitendem. Wir haben ein Gleitzeitmodell, was bedeutet: Einmal aufgebaute Überstunden, werden durch die Mitarbeitenden in Form von Freizeitausgleich wieder abgebaut – an anderen Tagen. Auszahlung von Überstunden ist nur bei unserem Servicetechnikern möglich.

Wichtig ist hierbei zu betonen, dass jede Überstunde, auch bei Führungskräften erfasst wird und anschließend abgebaut werden kann. Das heißt, es werden keine Überstunden abgegolten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Permanente Verbesserung der Arbeitszeitrichtlinie mit dem Arbeitszeitrat
- Hinterfragen der regulären Wochenarbeitszeit von 40 Stunden



<i>Selbsteinschätzung</i> Erfahren – 5 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Erfahren – 5 Punkte
---	--

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

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Im Unternehmen gibt es individuelle Arbeitszeitmodelle, die soweit betrieblich machbar auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden zugeschnitten sind.

Im Unternehmen haben wir im Berichtszeitraum nachstehende Arbeitszeitmodelle im Einsatz:

- Teilzeit
- “Workation”
- Hybrid (Homeoffice/Mobiles Arbeiten)
- Vollzeit
- Innendienst (bis zu drei Tage Homeoffice pro Woche möglich)
- Außendienst (Servicetechniker)

Unter “Workation” verstehen wir, dass Mitarbeitende aus dem Ausland mobil arbeiten. Hierbei müssen allerdings sozialversicherungstechnische Sondervorschriften eingehalten werden, daher ist dies nur nach Rücksprache mit Manuel Diepolder möglich.

Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Arbeitsmodelle werden in vielen verschiedenen, teils individuellen Varianten angeboten sowie von Mitarbeitenden und Führungskräften genutzt. Derzeit wird im Arbeitszeitrat eine neue Arbeitszeitrichtlinie erarbeitet, die Flexibilität gewährleisten soll. Der Arbeitsalltag für unsere Außendiensttechniker und unsere Innendienstmitarbeiter sieht natürlich grundlegend verschieden aus. Jedoch eint sie die Tatsache, dass alle ihren Tagesablauf mit flexiblen Arbeitszeitmodellen eigenständig einteilen können. Die Mitarbeitenden im Kundendienst haben alle ihr eigenes Fahrzeug, mit dem sie von zuhause aus zu den Einsätzen vor Ort beim Kunden fahren können. Durch die unterschiedlichen Verkehrssituationen je nach Region und die Gegebenheiten beim Kunden kann somit jeder eine optimale Zeitplanung vollführen und gleichzeitig private Verpflichtungen mit einfließen lassen. Sind die 40 Wochenstunden schon am Donnerstagabend erreicht, darf sich der Techniker ein langes Wochenende mit einem zusätzlichen freien Freitag gönnen. Im Innendienst findet ein Gleitzeitmodell Anwendung. Die Funktionsarbeitszeiten in den Teams müssen eingehalten werden, jedoch kann sich dann jeder Mitarbeitende unter Berücksichtigung eines gewissen Mindestbelegungsplans seine Wochenarbeitszeit von 40 Stunden eigenverantwortlich einteilen. Sowohl Langschläfern als auch Frühaufstehern kommen wir damit zur Einhaltung ihres Biorhythmus‘ entgegen. Die Einteilung obliegt den Teams und beruht auf Eigenverantwortlichkeit: Die Mitarbeitenden wissen selbst am besten, wenn Not am Mann oder an der Frau ist oder wenn man mal früher Feierabend machen kann, weil nicht viel los ist.

Doch nicht nur der Alltag hält regelmäßig Herausforderungen bereit, sondern auch die individuellen Lebensentwürfe jedes Mitarbeitenden finden in der Personalarbeit Beachtung. Besonders flexibel sind wir bei der Wiedereingliederung von Mitarbeitenden nach der Elternzeit. Je nach persönlicher Anforderung setzen wir Teilzeitmodelle um, die der neuen familiären Lebenssituation bestmöglich angepasst ist. So haben wir momentan 10 verschiedene Arbeitszeitmodelle, um private Gegebenheiten bestmöglich in Einklang mit dem Beruf zu bringen. Für verschiedene Ereignisse im Leben, seien sie positiv oder negativ, gewähren wir unseren Mitarbeitenden Sonderurlaub. Neben wundervollen Gründen wie Hochzeit oder Geburt zählen dazu auch traurige Anlässe wie Beerdigungen.

Des Weiteren haben wir im Jahr 2023 eingeführt, dass die Mitarbeitenden zum Jubiläum ihrer Betriebszugehörigkeit bei 5, 10, 15, 20, 25, 30 und 35 Jahren einen Sonderurlaubstag als Dankeschön erhalten. Basis für die Berechnung ist das Eintrittsdatum. Angerechnet auf die Betriebszugehörigkeit werden dabei alle Tätigkeiten bei Allgäu Batterie. Gleichzeitig werden Auszeiten wie Elternzeit und Mutterschutz ebenfalls voll auf den Beschäftigungszeitraum angerechnet.

Grundsätzlich besteht für jeden Mitarbeitenden die Möglichkeit 10% des Urlaubsanspruches zusätzlich als unbezahlten Urlaub zu nehmen – sofern die aktuellen betrieblichen Gegebenheiten das zulassen.

Verpflichtende Indikatoren

Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

- Teilzeit
- Hybrid (Homeoffice/Mobiles Arbeiten)
- Vollzeit
- Innendienst (Drei Tage Homeoffice pro Woche möglich)
- Außendienst (Servicetechniker)

Anzahl der Führungskräfte/Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z. B. Teilzeit, Jobsharing)	
2022	2023
9	10 (alles außer Standard Vollzeit 40h)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Erfahren – 6 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Erfahren – 6 Punkte
---	--

C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Kann für alle Mitarbeitenden ein "lebenswürdiger Verdienst" sichergestellt werden und falls nicht, was sind die Gründe dafür?

Für alle Angestellten kann ein lebenswürdiger Verdienst sichergestellt werden.

Welche Rolle spielt die "investierte" Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden

Da die Arbeitszeit nur aus rechtlichen Gründen aufgeschrieben wird, findet diese bei der Erreichung von Karriereschritten keine wirkliche Beachtung. Die klassische „Karriereleiter“ gibt es nicht. Führungskräfte kristallisieren sich über die Zeit hinaus selbst heraus.

Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und in Ausbildung befindliche Mitarbeitende (z. B. Schüler, Auszubildende, Praktikanten, Werkstudenten) gerechtfertigt?

Auszubildene bekommen über dem tariflichen Höchstsatz von 1100€/Monat und 1200€/Monat im zweiten Lehrjahr. Hilfskräfte sind bei uns nicht angestellt, sondern nur Festangestellte. Ebenfalls gibt es keine befristeten Arbeitsverhältnisse sowie Zeitarbeitende. Für Schülerpraktika gibt es keine Bezahlung, da diese meistens nur eine Woche in der Firma sind und der bürokratische Aufwand im Verhältnis zu hoch ist. Ferienjobs gibt es seit längerem nicht mehr. Pro Semester ist ein Werkstudent angestellt, welche mit einer Bezahlung über dem Mindestlohn kompensiert wird. Im April wurde ein Werkstudent angestellt, im Juni wird ein weiterer Werkstudent hinzukommen. Zudem werden i. d. R. zwei Bachelorarbeiten pro Jahr vergeben. Bacheloranden erhalten eine monatliche Kompensation.

Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z. B. bei Saisonarbeit) und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?

Es sind keine Zeitarbeitende bei uns beschäftigt.

Wieviel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

Es gibt keine befristenden Arbeitsverträge bei Allgäu Batterie.

Verpflichtende Indikatoren

	2022	2023
Standortabhängiger "Lebenswürdiger Verdienst"	1.800€ netto	1.800€ netto
Gewinn	██████████	██████████
Mitarbeitendenanzahl	44,0	47,5
Höchst- und Mindestverdienst	██████████	██████████
Anzahl der Pauschalverträge	0	0
Anzahl der Null-Stunden-Verträge	0	0
Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden)	44,0	47,5
Anzahl der Zeitarbeitenden	0	0
Anteil von befristeten Arbeitsverträgen	0%	0%
Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen	Es gibt keine befristenden AV oder Zeitarbeitende	Es gibt keine befristenden AV oder Zeitarbeitende
Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen	Es gibt keine befristenden AV oder Zeitarbeitende	Es gibt keine befristenden AV oder Zeitarbeitende

Höchst- und Mindestverdienst		
	2022	2023
Mindestverdienst	██████████	██████████
Höchstverdienst	██████████	██████████

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i>	<i>Fremdeinschätzung</i>
Basislinie – 0 Punkte	Basislinie – 0 Punkte

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?

Wir legen einen sehr hohen Wert auf die ökologisch-regionale Herkunft der Lebensmittel am Arbeitsplatz. Nachhaltigkeit beginnt im Kleinen. Bei Allgäu Batterie erfüllen alle Konsumlebensmittel mindestens eines der folgenden Kriterien: regional, biologisch oder fair gehandelt. So wollen wir erreichen, dass die Qualität stimmt und das Geld bei denjenigen ankommt, die dafür verantwortlich sind. So kaufen wir unseren Kaffee bei Basoni in Waltenhofen. Basoni achtet dabei darauf, welche Lieferanten sie auswählen. "Respekt, Fairness und Anerkennung: Dies sind für uns grundlegende Eigenschaften die wir den Kaffeebauern, Lieferanten, Kunden und Partnern entgegenbringen. Durch unsere Reisen zu den Plantagen und Kooperativen machen wir uns ständig ein eigenes Bild und können dann mit gutem Gewissen die Rohkaffees beziehen." (Website 24.05.24 9:02 Uhr: Rösterei – Basoni Kaffee (basoni-kaffee.de)). Unsere Lebensmittel und den wöchentlichen Obstkorb für die Mitarbeiter kaufen wir bei der ortsansässigen Haldenwanger Naturecke.

Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z. B. direkt vom Bauernhof, Obstkorb)?

Allgäu Batterie bekennt sich zu nachhaltigen Ernährungsgewohnheiten. In der Kantine werden vegane und vegetarische Gerichte besonders häufig gegessen. Es steht ein Obstkorb mit regionalen Früchten und die Müsli-Bar für die Mitarbeitenden zur Verfügung. Darüber hinaus können selbstgebaute Lebensmittel aus dem Garten genutzt werden.

Alle unsere Mitarbeitenden haben freien Zugriff auf hochwertige Verpflegung mit Kaffee, Tee, Snacks sowie Obst. Alle Mitarbeitenden, die im Innendienst tätig sind, erhalten von Allgäu Batterie pro Monat 15 kostenlose Mittagessen als Sachbezug. Die Mitarbeitenden haben dabei die Wahl zwischen verschiedensten Gerichten von "Hofmanns". Bei Hofmanns werden 75% aller Zutaten direkt aus der Region bezogen. Darüber hinaus wird auf sämtliche Zusatzstoffe und Geschmacksverstärker verzichtet, unter anderem auch Palmöl. Besonders vegetarische und vegane Gerichte haben bei den Mitarbeitenden großen Zuspruch gefunden. Alternativ haben die Mitarbeitenden die Möglichkeit, mitgebrachte Speisen in einer Mikrowelle, im Ofen oder auf zwei Herdplatten zu erwärmen. Des Weiteren gibt es seit Sommer 2021 im Aufenthaltsraum einen Kühlschrank gefüllt mit allerhand Kaltgetränken aus der Region (Zötler).

Seit dem Frühjahr 2024 stehen im Garten von Allgäu Batterie zwei Hochbeete, in denen allerhand Kräuter, Salate und Erdbeeren zur Verfügung stehen. Darüber hinaus gibt es eine Müsli-Bar, die zu einem gesunden Frühstück einlädt.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft	
2022	2023
<p>Kaffeebohnen sowie Obstkorb sind aus ökologischer Herkunft. Das Mittagessen wird lokal produziert, ist aber nicht zu 100% ökologisch.</p> <p>Das Gemüse, die Kräuter und die Früchte aus dem Garten sind zu 100% ökologisch.</p>	

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Kantine mit frisch zubereitetem Mittagessen
- Prüfen, ob ein BIO-Mittagsangebot möglich ist
- Servicetechniker können am Essen in Haldenwang nicht teilnehmen. Hier wäre ein Gutschein für ein Mittagessen bei Denn's Biomärkten oder ähnlichen Biomärkten möglich. Diese Option sollte geprüft werden, um auch den Servicetechnikern ein gutes Essen zu ermöglichen.



<p><i>Selbsteinschätzung</i></p> <p>Fortgeschritten – 3 Punkte</p>	<p><i>Fremdeinschätzung</i></p> <p>Fortgeschritten – 3 Punkte</p>
---	--

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

Unsere Homeoffice-Regelung erlaubt bis zu 60 % mobile Arbeit. In diesen Fällen fällt kein Arbeitsweg an. Vermeidung ist im ersten Moment immer besser als Substitution.

Die Mitarbeitenden benutzen nachstehende Verkehrsmittel:

- Fahrrad
- Motorrad / Mofa
- E-Auto
- Hybridauto
- Benzin/-dieselbetriebenes Auto

Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?

Wir bieten unseren Mitarbeitenden JobRad an, um mit einem E-Bike in die Arbeit zu gelangen. Fahrgemeinschaftsmodelle sind leider nicht möglich, da zu wenige Mitarbeitende beieinander wohnen. Des Weiteren bietet der Unternehmensstandort keine optimalen Verbindungen mit den öffentlichen Verkehrsmitteln. Daher ist es für die Mitarbeitenden in den meisten Fällen nicht möglich, ihren Arbeitsweg mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zurückzulegen.

Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

Wie oben bereits erwähnt, bieten wir unseren Mitarbeitenden JobRad an. Auch gibt es ausgewiesene Fahrradabstellmöglichkeiten. Des Weiteren stellen wir bei den Mitarbeitenden, bei denen es sinnvoll ist, E-Fahrzeuge und E-Sprinter zur Verfügung.

Die Mitarbeitenden erhalten die Möglichkeit die Ladeinfrastruktur für private Fahrzeuge und Fahrräder kostenfrei zu nutzen. Es wird nach Möglichkeit abgewogen vor einer Dienstreise, ob eine Anreise mit dem Zug möglich ist. Allerdings gibt es für den Unternehmensstandort keine optimalen Verbindungen mit öffentlichen Verkehrsmitteln.

Seit neustem gibt es neben dem JobRad auch das JobAuto. Mit dem Abo-Modell von FINN¹ möchten wir die Attraktivität für die Elektromobilität erhöhen. Die Mitarbeitenden erhalten über eine Gehaltsumwandlung die Möglichkeit ein E-Auto kostengünstig für bis zu einem Jahr zu abonnieren und zu fahren. In Kombination mit dem kostenlosen Laden an der Firma möchten wir den Mitarbeitenden die Möglichkeit geben, E-Mobilität einfach auszuprobieren und näherzubringen.

¹ [JobAuto \(finn.com\)](https://www.finn.com)

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß		
	2022	2023
PKW	95%	93%
Fahrrad	5%	5%
Zu Fuß	0%	0%
Bus	0%	2%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Die Mitarbeitenden weiter dafür sensibilisieren, die vielfältigen Angebote zu nutzen.



<i>Selbsteinschätzung</i> Erfahren – 4 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Erfahren – 4 Punkte
---	--

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?

Es gibt gemeinsame ökologische Workshops sowie Weiterbildungsmaßnahmen. Die Geschäftsführung lebt ökologisches Verhalten vor. Darüber hinaus werden Mitarbeitende in (ökologische) Entscheidungsprozesse integriert.

Ökologische Aspekte sind als zentraler Wert in der Unternehmensidentität sowie -kultur verankert. Dieser Wert wurde in einem mehrstündigen Workshop mit einem Team aus der Belegschaft definiert. Wir sehen ökologische Nachhaltigkeit als essenziell für unsere Zukunft. Ökologische Betrachtungen sind gerade für ein Unternehmen in der Energietechnik wichtig. Wir versuchen, unseren ökologischen Fußabdruck in allen Aspekten so klein wie möglich zu halten: Deshalb recyceln wir unsere Blei-Säure-Batterien am Lebensende zu annähernd 100%. Gleichzeitig legen wir Wert auf regionale, biologische und/oder fair gehandelte Konsumlebensmittel und unterstützen Projekte zur Förderung regenerativer Energien. Auch sind wir der Überzeugung, dass Nachhaltigkeit im Kleinen beginnt. Dies spiegelt sich beispielweise in unseren regionalen und fairen Konsumlebensmitteln für die Mitarbeitendenküche oder unserer Teambuildingmaßnahme 2020. Darin haben wir das gemeinnützige Bergwaldprojekt e. V. bei der Aufforstung einer Fläche im Kempter Wald unterstützt. Ziel war es, unseren gemeinsamen Wert der Nachhaltigkeit auch über unser Produktportfolio mit energieeffizienten Ladegeräten und vollständig recyclebaren Bleibatterien hinaus zu stärken. Des Weiteren fand die Möglichkeit eines JobRads und JobAutos großen Anklang bei den Mitarbeitern.

Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?

Beim Recruiting achten wir generell auf eine herausragende kulturelle Passung. Diese spielt für uns eine wichtigere Rolle als fachliche Kompetenz – diese lässt sich erlernen, kulturelle Passung lässt sich nicht ohne Weiteres herstellen. Wenn ein Bewerber ein explizit skeptisches Mindset bezüglich Nachhaltigkeit hat, wird er nicht eingestellt. Da unsere Werte aber mittlerweile gut bekannt sind, kommt dies überhaupt selten vor, dass wir solche Bewerbungen erhalten.

Es gibt keine speziellen Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich Ökologie. Jedoch kommt das Thema indirekt bei jeglichen Schulungen und Weiterbildungsangeboten zur Geltung, da das Thema Nachhaltigkeit fest im Gedankengut der Firma verankert ist. Im internen Newsletter wird überdies immer wieder auf kleine Maßnahmen hingewiesen (zum Beispiel Energiesparen im Winter, siehe Newsletter 11/2023).

Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?

Ein Highlight in der Geschichte der Nachhaltigkeit bei Allgäu Batterie war das Teambuilding 2020. Darin haben wir das gemeinnützige Bergwaldprojekt e. V. bei der Aufforstung einer Fläche im Kempter Wald unterstützt. Insgesamt haben wir 800 Weißtannen gepflanzt und dabei sehr viel über die Zusammenhänge zwischen Mensch und Wald erfahren. Ziel war es, unseren gemeinsamen Wert der Nachhaltigkeit auch über unser Produktportfolio mit energieeffizienten Ladegeräten und vollständig recyclebaren Bleibatterien hinaus zu stärken.

Die ökologische Nachhaltigkeit wird bei Allgäu Batterie seit 2021 auch formal überwacht. Die Zertifizierung des Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 signalisiert, wie wichtig uns der Erhalt unserer Erde ist und stellt gleichzeitig einen lösungsorientierten Ansatz dar, dies auch in der Praxis zu erreichen.

Im Rahmen des kommunalen Energieteams hat Allgäu Batterie durch die Unterstützung von Projekten zur Förderung von regenerativen Energien einen Beitrag dazu geleistet, dass Haldenwang 2017 den European Energy Award gewonnen hat. Unter anderem wurde eine ortsfeste Batterieanlage als Hauptgewinn für einen Wettbewerb zum Energiesparen zur Verfügung gestellt und diente so als Anreiz für die Bürger, den Verbrauch von Elektrizität zu minimieren.

Die Geschäftsführung wirbt bei jeder Veranstaltung mit Nachhaltigkeit und Gemeinwohl. So bietet sich bspw. der Jahresauftakt für die Botschaft an. Darüber hinaus wird bei der Auswahl von Veranstaltungsorten auch auf Regionalität geachtet.

In diesem Jahr wird die Gemeinwohl-Bilanz durch eine Gruppe Mitarbeitende erstellt. Diese haben sich freiwillig zusammengefunden und erstellen den diesjährigen Bericht.

Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

Im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden spielt der Vorbildcharakter bei der Nachhaltigkeit die größte Rolle. So versuchen die Geschäftsführer ein nachhaltiges Gedankengut vorzuleben und in die Belegschaft einzutragen. Daher bieten wir auch jedem Mitarbeitenden ein Jobrad oder JobAuto an. Grundsätzlich sind wir jedoch der Meinung, dass es uns nicht zusteht ins Privatleben unserer Mitarbeitenden einzugreifen, da diese mündige Bürger sind.

Es werden allerdings verschiedene Denkanstöße gegeben:

- Nahezu papierloses Arbeiten
- Nachhaltige Werbemittel, die auch die Mitarbeitenden nutzen
- Briefpapier aus Recyclingpapier
- Mitarbeitende erstellen die Gemeinwohl-Bilanz

Verpflichtende Indikatoren

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten in %	
2022	2023
25%	30%

Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden in %	
2022	2023
80%	90%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Regelmäßige Schulungen zum Thema ökologische Nachhaltigkeit



<i>Selbsteinschätzung</i> Erfahren – 6 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Erfahren – 6 Punkte
---	--

C3.4 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Welche der untenstehenden Negativ-Aspekte treffen im Unternehmen zu?

Es gibt Geschäftsfahrzeuge der sogenannten Oberklasse ($> 180\text{g/km CO}_2$).

Es gibt Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist, z.B. Fliegen statt Bahnfahren, weil billiger.

Es gibt Konsumangebote mit zu hohem Verpackungsanteil (Kaffeekapseln, Essensverpackungen aus PET, Getränkeangebot in Einmalverpackung etc.) trotz möglicher Alternativen.

Es gibt Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte, z.B. für Recyclingpapier.

Im Betrieb ist ein nachlässiger Umgang mit Abfällen sichtbar, z.B. keine Abfalltrennung (Hausmüll, Betriebsabfälle, Schrott ohne Trennung in Materialien etc.).

Es treffen keine der genannten Negativ-Aspekte zu.

Verbesserungspotenziale:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?

Um eindeutige Zuständigkeiten zu schaffen, müssen die Verantwortlichkeiten jedes Mitarbeitenden klar und transparent definiert sein. Dabei geht es nicht nur um praktische Tätigkeiten, sondern auch um Rollenklärung. Bei Allgäu Batterie entstand aus dem Wunsch, alle Unklarheiten bezüglich Rollen und Zuständigkeiten zu eliminieren, eine Landkarte mit sämtlichen Verantwortlichkeiten. Übrigens waren auch alle Mitarbeitenden bei der Erstellung der Inhalte aktiv involviert, um ihre Perspektive einbringen zu können.

Zukünftig wird zudem das Thema Wissensmanagement immer mehr an Bedeutung gewinnen. Deshalb wird gerade an einer technischen Lösung gearbeitet, um die Speicherung und Übermittlung von firmenspezifischem Wissen gleichermaßen umfangreich und praktikabel umzusetzen. Angestrebt wird eine Allgäu Batterie Wikipedia, die von jedem Mitarbeitenden mit Inhalt gefüllt und abgerufen werden kann. Der technische Fortschritt in der IT eröffnet uns auch bei der Kommunikation neue Wege. Bereits deutlich vor Beginn der Corona-Pandemie wurde Mitte 2019 Microsoft Teams eingeführt. Auf der Plattform, die komplett in das Universum von Microsoft Office eingebettet ist, kann eine effiziente digitale Zusammenarbeit stattfinden. Ob Chat, Videokonferenz, Aufgabenverwaltung oder Projektplanung, all dies lässt sich über Teams realisieren und dient somit als Intranet. Mittelfristiges Ziel ist der Aufbau einer firmeninternen Wikipedia zum nachhaltigen Wissensmanagement, auf die jeder Mitarbeitende von überall zugreifen kann.

Wie leicht/schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?

Generell können alle Mitarbeitenden auf die meisten Daten und Programme im Unternehmen zugreifen.

Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?

Die Gehälter können nicht eingesehen werden. Geschäftskritische Daten können ebenfalls nicht eingesehen werden. Diese Daten sind ebenfalls mit besonderer Vorsicht zu behandeln, da sie bei Angriffen von außen eine Gefahr für das Unternehmen darstellen.

Um die Transparenz zu erhöhen, werden digitale Anwendungen verwendet wie beispielsweise Teams. Auch die Struktur der Ablage spielt hierbei eine große Rolle.

Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

Alle Daten, die verfügbar sind, werden nach Möglichkeit in einer vereinfachten Form dargestellt, um leicht verständlich zu sein. Ein Beispiel hierfür ist Daten durch Relationen in einen Kontext zu bringen.

Im Jahr 2023 wurden unsere sogenannten ALLgoals eingeführt. Diese umfassen die strategischen Ziele für jedes Team, aber auch die Quartalsziele für jedes Team. Bei der Definition der Zielzahlen spielen die

Führungskräfte eine zentrale Rolle und beteiligen sich an der Entwicklung dieser. Seit dieser Maßnahme legen wir neben den Zielzahlen auch die tatsächlichen Zahlen für die Mitarbeitenden offen. Seit Winter 2023 gibt es außerdem ein Dashboard für jedes Team, welches die wichtigsten Kennzahlen umfasst. Durch die einfache grafische Darstellung sind die Zahlen sehr gut verständlich.

Verpflichtende Indikatoren

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %)	
2022	2023
70%	80%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Aufbereitung von relevanten Daten und Zurverfügungstellung an alle Mitarbeitenden



<i>Selbsteinschätzung</i> Fortgeschritten – 2 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Fortgeschritten – 2 Punkte
--	---

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?

Nach Möglichkeit werden Führungskräfte intern besetzt, da diese die Prozesse bereits kennen und sich durch ihr Know-how auszeichnen. Häufig kristallisieren sich die Führungskräfte von selbst über einen guten Arbeitsstil und hohen Einsatz für die Sache heraus. Ebenfalls wird darauf geachtet, dass eine Akzeptanz der Mitarbeitenden für die Besetzung der neuen Führungskraft vorhanden ist. Letztendlich werden die Führungskräfte aber von oben eingesetzt.

Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?

Die Mitarbeitenden haben die Möglichkeit über Feedback an die Geschäftsführung die Besetzung bzw. den Führungsstil der Führungskräfte zu beeinflussen. In einem formlosen Austausch können sie dabei Einfluss nehmen. Es findet nicht in einer repräsentativen Umfrage statt.

Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

Wenn mehrere Mitarbeitende mit der Besetzung der neuen Führungskraft nicht zufrieden sind, dann nehmen wir die Kritik unserer Mitarbeitenden ernst. Wir würden uns mit den Meinungen der Mitarbeitenden intensiv auseinandersetzen und ggf. unsere Entscheidung überdenken. Dies kam jedoch bis jetzt noch nicht vor.

Sollten Mitarbeitende Kritik gegenüber ihren Führungskräften äußern, dann nehmen wir diese in die Personalgespräche mit den Führungskräften auf. Mitarbeiterentwicklung betrifft auch die Führungskräfte selbst. Des Weiteren thematisieren wir etwaige Kritik im Führungskreis bei den Quartalsmeeting. Auch besprechen wir die Kritik in unseren regelmäßigen Führungskräftecoachings und leiten daraus entsprechende Maßnahmen ab.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Gespräch/Mitgestaltung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden	
2022	2023
50%	60%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Konsequente Weiterbildung der Führungskräfte zur Maximierung ihrer Selbstreflexion



<i>Selbsteinschätzung</i> Fortgeschritten – 2 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Erfahren – 4 Punkte
--	--

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?

Unsere Mitarbeitenden haben jederzeit die Möglichkeit bei einem Großteil der Entscheidungen mitzuwirken, insbesondere in ihrem Fachgebiet. Jedoch besteht keine Pflicht zur Mitwirkung.

Unsere Mitarbeitenden können beispielsweise bei unseren Workshops für strategische Entscheidungen ihre Vorschläge und Ideen einbringen. Häufig haben die Mitarbeitenden ein besseres Verständnis für die Probleme in der Praxis. Durch die Einbeziehung der Mitarbeitenden konnte beispielsweise der Bedarf für eine zweite IT-Kraft identifiziert werden.

Mittlerweile gibt es zwei weitere Formate, in denen die Mitarbeitenden bei Entscheidungen partizipieren können. Zum einen werden bestimmte Themen und Entscheidungen bei "MitgestALLten" besprochen und erarbeitet. Hier waren in letzter Zeit folgende Themen platziert:

- Fokus Wirksamkeitskontrolle: "Und was hat sich für euch verändert seit der Mitarbeiterbefragung 2022?"
- Fokusthema Gerechtigkeit: Was erlebt ihr bei Allgäu Batterie als gerecht? Was nicht?
- Fokus Arbeitszeit

Aus dem MitgestALLten "Arbeitszeit" ist nun der Arbeitszeitrat entstanden, welcher an der neuen Arbeitszeitrichtlinie mitarbeitet.

Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?

Durch das Mitwirken unserer Mitarbeitenden sichern wir langfristig unseren Unternehmenserfolg, da durch die Partizipation der Mitarbeitenden vielfältige Aspekte in Entscheidungsprozesse mit einbezogen werden. Verschiedenste Interessen und Blickwinkel werden durch die Beteiligung der Mitarbeitenden berücksichtigt. Dies führt aus unserer Sicht im Wesentlichen zu mehr Akzeptanz und Zufriedenheit bei den Mitarbeitenden.

Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

Um mehr Mitarbeitende zu mehr Verantwortung und Entscheidungsfindung zu animieren, wurde beispielsweise ein interner Newsletter eingeführt. Er stellt eine Bündelung von wichtigen Themen in einem optisch ansprechenden und inhaltlich kompakten Format dar. In verschiedenen Rubriken haben alle Mitarbeiter die Gelegenheit, Inhalte zu positionieren. Um weitere Ideen einzubringen, gibt es Workshops sowie einen digitalen Briefkasten für Ideen. Da wir viel Wert auf eine gute Kommunikation ohne große Kommunikationsbarrieren legen, kann ein Bedarf für entsprechenden Aktionen im Bereich des Change- oder Ideenmanagement schnell umgesetzt werden.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %)	
2022	2023
85%	90%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Unseren Weg hin zur selbstorganisierenden und lernenden Organisation konsequent weiterverfolgen.



<i>Selbsteinschätzung</i> Erfahren – 6 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Erfahren – 6 Punkte
---	--

C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?

Es gibt keinen Betriebsrat, da einstimmig entschieden wurde, dass ein Betriebsrat nicht gewünscht ist. Die Belegschaft kann jederzeit die Initiative ergreifen und einen Betriebsrat gründen. Die Geschäftsführung hat keinerlei Mittel, um dies zu verhindern. Ein Betriebsrat würde zudem eine weitere bürokratische Instanz darstellen. Außerdem ist der Betriebsrat für alle Entscheidungen verantwortlich, die er mit der Geschäftsführung trifft und muss diese der Belegschaft gegenüber rechtfertigen.

Wir setzen stattdessen auf eine offene Kommunikation mit unseren Mitarbeitenden und versuchen, keinen Bedarf für einen Betriebsrat aufkommen zu lassen.

Wir ermutigen unsere Belegschaft nicht, einen Betriebsrat zu gründen. Genauso wenig versuchen wir, die Gründung zu erschweren, falls der Bedarf und Wunsch da sein sollte.

Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?

Die alternativen Maßnahmen wurden bereits bei C4.3 vorgestellt.

Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?

Wir ermutigen unsere Belegschaft nicht einen Betriebsrat zu gründen. Genauso wenig versuchen wir die Gründung zu erschweren, falls der Bedarf und Wunsch da sein sollten.

Verbesserungspotenziale:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?

Eine faire und partnerschaftliche Kundenverbindung ist für uns von zentraler Bedeutung. Der respektvolle Umgang auf Augenhöhe und die fachliche Kompetenz unserer Mitarbeitenden stärken Vertrauen und schaffen Verbindung.

Wir gewinnen über verschiedenste Kanäle unsere Neukunden. Klassische Kanäle sind beispielsweise die Mund-Propaganda, persönliche Kontakte oder Kaltakquise, sowie zwei Fachmessen, wobei letztere bei uns nur einen Bruchteil bei der Kundengewinnung ausmacht. Über unsere Website entstehen ebenfalls neue Kundenbeziehungen.

Darüber hinaus entstehen neue Kundenbeziehungen über diverse Tagungen oder Vorträge, sowie über Cross-Selling der verschiedenen Geschäftsfelder:

- Bleitraktionsbatterien
- Lithium-Ionen-Traktionsbatterien
- Notstromversorgung
- Batteriespeichersysteme

Unsere Stammkunden werden kaufmännisch durch unsere Vertriebsmitarbeitenden sowie technisch durch unseren Kundendienst (After Sales) betreut. Wir sind auch gerne Ansprechpartner nach Ablauf der vereinbarten Gewährleistungsfrist und unterstützen auf dem Kulanzweg. Wertschätzende Gesprächskultur und Kundenkontakt auf Augenhöhe sind uns sehr wichtig. Wir sind darauf bedacht, durch unser Serviceangebot unsere Produkte längstmöglich instandzusetzen, sofern die wirtschaftliche Rentabilität noch gegeben ist. Je länger ein Produkt im Einsatz ist, desto kleiner ist dessen ökologischer Fußabdruck, da eine Neuanschaffung in der Regel negativer ins Gewicht fällt als eine Reparatur.

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

Der Kundennutzen ist in unserem Leitbild verankert. Wir ziehen langfristige Zuverlässigkeit immer dem schnellen Erfolg vor. Entsprechend unserer Mission versorgen wir unsere Kunden verlässlich mit qualitativ hochwertigen Produkten der Batterie- und Energietechnik und bieten ihnen erstklassigen technischen Service. Durch individuelle Beratung sind wir in der Lage, bei unseren Kunden genau die Lösung umzusetzen, die am besten zum jeweiligen Anwendungsfall passt und den größtmöglichen Nutzen bringt. Unsere Einzigartigkeit in der Branche der Industriebatterien verdanken wir unserer Überzeugung, die technischen und menschlichen Bedürfnisse des Kunden immer uneingeschränkt in den Fokus zu rücken.

Jedoch ist anzumerken, dass unser Markt sehr preissensibel ist und wir nicht in der Lage sind, unsere Konditionen durchzusetzen. Dementsprechend müssen wir die marktüblichen Preise ansetzen.

In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?

Wir betreiben keine Werbung auf Kosten anderer und versprechen bei unseren Produkten keine Leistungen, die wir nicht einhalten können. Allgemein investieren wir im Vergleich sehr wenig in Marketing.

Wir konzentrieren uns auf Produktvorstellungen auf unserer Website und in Fachzeitschriften (z.B. IHK-Magazin, Allgäuer Wirtschaftsmagazin, FTS/AGV-facts) unserer Zielgruppe. Hierbei verzichten wir auf vergleichende Werbung und fokussieren uns auf die Kommunikation hinsichtlich der Vorzüge der eigenen Produkte und Dienstleistungen.

Wie wird auf Kund*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

Wir gehen sehr stark auf Kundenwünsche ein und setzen diese, wenn möglich um. Dies ist durch unser Geschäftsmodell der kundenindividuellen und -intensiven Lösungen geprägt. Unser Geschäftsmodell gibt somit vor, dass wir uns vollständig auf den Kunden einlassen.

Beanstanden Kunden die Qualität unserer Leistungen, wird die Reklamation im Unternehmen sachlich und fachlich geprüft. Insgesamt ist zu sagen, dass wir bei Servicefällen sehr kulant sind. Meist können wir durch die eigene Serviceabteilung im Hause, Reklamationen schnell und ohne übermäßigen Aufwand erledigen.

Verpflichtende Indikatoren

Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen

Das Werbebudget lag im Jahr 2023 bei ca. 60.000 €. Für spezielle Projekte wie der Markenrelaunch (in 2024) wird das Werbebudget aufgestockt.

Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %

Mitarbeitende im Vertrieb erhalten keine umsatzabhängige Vergütung, sondern ein vertraglich vereinbartes Festgehalt.

	2022	2023
Fixgehalt	100%	
Umsatzabhängiger Bestandteil	0%	

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja

Es gibt keine internen Umsatzvorgaben, sondern gemeinsam entwickelte Vertriebsziele. Das Vertriebsziel wird in jedem Bereich über den Umsatz definiert.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Konkrete Ethikrichtlinien sollten ausgearbeitet und in der Organisation kommuniziert werden.



<i>Selbsteinschätzung</i> Fortgeschritten – 3 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Fortgeschritten – 3 Punkte
--	---

D1.2 Barrierefreiheit

Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?

Unsere Kunden müssen in erster Linie liquide Unternehmen (B2B) sein. Neukunden müssen je nach Auftragsvolumen per Vorauskasse bezahlen, sofern unsere Warenkreditversicherung den Kunden nicht deckt. Ansonsten gibt es keine weiteren Hürden.

Welche benachteiligten Kund*innen-Gruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?

Da wir im B2B-Bereich tätig sind, sind keine benachteiligten Kunden-Gruppen vorhanden. Sollte es jedoch benachteiligte Kunden-Gruppen geben, so würde es gegen unsere Werte entsprechen, diese aufgrund dessen nicht zu berücksichtigen.

Wie wird benachteiligten Kund*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte/Dienstleistungen erleichtert?

Da wir keine benachteiligten Kunden-Gruppen haben, ist es nicht erforderlich, diesen den Zugang und die Nutzung der Produkte/Dienstleistungen zu erleichtern.

Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlangagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer erhalten?

Aktuell haben wir keine Kunden mit diesem Hintergrund. Jedoch verkaufen wir beispielsweise Solarbatterien für Krankenhäuser nach Afrika für den Einkaufspreis. Es gibt aber allgemein kein Reglement.

Verpflichtende Indikatoren

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird.	
2022	2023
0%	0%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Benachteiligte Kundengruppen sollen tiefergehend identifiziert werden, zusätzlich soll eine Ethikrichtlinie mit fixen Rabattsätzen für den Vertrieb erstellt werden.



<i>Selbsteinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt	<i>Fremdeinschätzung</i> Fortgeschritten – 2 Punkte
--	---

D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?

Es bestehen keine kritischen oder unethischen Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen. Diskreditierende Werbung findet in unserem Unternehmen keine Anwendung. Provokante / schockierende Werbung oder auch die Nutzung von diskriminierenden, sexuellen und/ oder tabuisierenden Themen, um die Aufmerksamkeit bei Konsumenten zu erzeugen, wird nicht betrieben.

Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Abseits von Zahlen, Daten, Fakten finden Interessierte Informationen zu unserem Unternehmensalltag in den sozialen Medien.

<https://www.facebook.com/allgaeubatterie/>

<https://de.linkedin.com/company/allgaeubatterie>

<https://www.xing.com/pages/allgaubatterie>

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische und unethische Kampagnen entfallen.	
2022	2023
0%	0%

Verbesserungspotenziale:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?

Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?

In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?

Im Folgenden werden die o.g. Fragen in einem beantwortet:

Derzeit werden benötigte Leistungen zugekauft. Entwicklungsprojekte werden lediglich mit Kunden umgesetzt. Das unternehmensinterne Wissen wird mit Mitunternehmern nicht geteilt.

Für den Bereich Batteriespeichersysteme gibt es eine Kooperation mit dem Speicher-Hersteller. Das Energiemanagement des Speichers wird zusammen mit dem Mitunternehmen entwickelt, aber dann von uns kundenspezifisch konfiguriert und findet somit keine Berührungspunkte zum Mitunternehmen.

Im Bereich BTB kooperieren wir mit einem großen Händler der Branche und bieten über ihn unsere Produkte an. Für die Implementierung der Produkte im Onlineshop wurden diverse Daten und Maße an den Händler weitergegeben. Gelegentlich geben wir Aufträge, die außerhalb unseres Einzugsradius liegen an ausgewählte Mitbewerber ab. Durch unsere komplexe Verbindung zu den OEM-Herstellern werden öfter mal Kundenanfragen an diese weitergegeben.

Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

Wir haben für eine Erhöhung der Branchenstandards die Zertifikate ISO 9001 sowie ISO 14001:2015 erworben. Zudem sind wir Mitglied in den folgenden Branchenverbänden:

- ZVEI: Verband der Elektro- und Digitalindustrie e. V.
- HWK: Handwerkskammer für Schwaben
- IHK
- Bündnis Klimaneutrales Allgäu



Des Weiteren werden alle neu aufkommenden rechtlichen Vorschriften in digitaler Form in einer Bibliothek abgelegt. Alle Mitarbeiter haben über ihren PC jederzeit Zugang zu der Bibliothek.

Verpflichtende Indikatoren

Wie hoch ist der investierte Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil)

Ein pauschaler Wert lässt sich hier nicht nennen, da nicht alle Projekte denselben Umfang haben. Exemplarisch kann ein Projekt mit [REDACTED] genannt werden. Hierauf entfiel ein prozentualer Stundenanteil pro Jahr von 5 %.

Wie viel Prozent von Zeit/Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/erzielt		
	2022	2023
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	5%	10%
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen	0%	0%
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe	0%	0%

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: 3/3):

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

Über Fach- bzw. Branchenverbände (Lobbyverbände; siehe D1.2) engagieren wir uns indirekt in allen drei genannten Aspekten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Fortgeschritten 2 – Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Fortgeschritten 2 – Punkte
--	---

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Wir treten als fairer Marktteilnehmer auf und wenden keine unlauteren Praktiken an. Jedoch gibt es keine aktiven Maßnahmen, die speziell solidarisch oder uneigennützig sind. Wir nehmen eine „neutrale“ Haltung ein. Wir halten alle Gesetze ein, die in der sozialen Marktwirtschaft gelten. Das Unternehmen verhält sich zu Mitunternehmen grundsätzlich neutral, es werden gelegentlich Aufträge an andere Unternehmen abgegeben. Anfragen und Hilferufe werden bearbeitet und ernstgenommen.

In Bezug auf Batteriespeichersysteme verweisen wir auf andere Mitunternehmen, sofern das Gebiet unserem Verkaufsgebiet nicht entspricht. Ein Mitunternehmen hat seinen Sitz in Norddeutschland und vertreibt gleichwertige Speicher. Aus ökologischer und ökonomischer Sicht halten wir von solchen Standorten Abstand. Im Geschäftsfeld BTB-Traktion werden Aufträge immer wieder an OEM-Hersteller abgegeben, dies beruht aber auf Gegenseitigkeit. Diverse technische Auskünfte werden bei Bedarf an Kunden/ Händler gegeben, Anfragen für die Weitergabe von Arbeitskräften gab es bis dato keine.

Verpflichtende Indikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeiter*innenstunden wurden an Unternehmen...		
	2022	2023
anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0%	0%
der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0%	0%

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen ...		
	2022	2023
anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0%	0%
der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0%	0%

Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen ...		
	2022	2023
anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0%	0%
der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?	0%	0%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine.

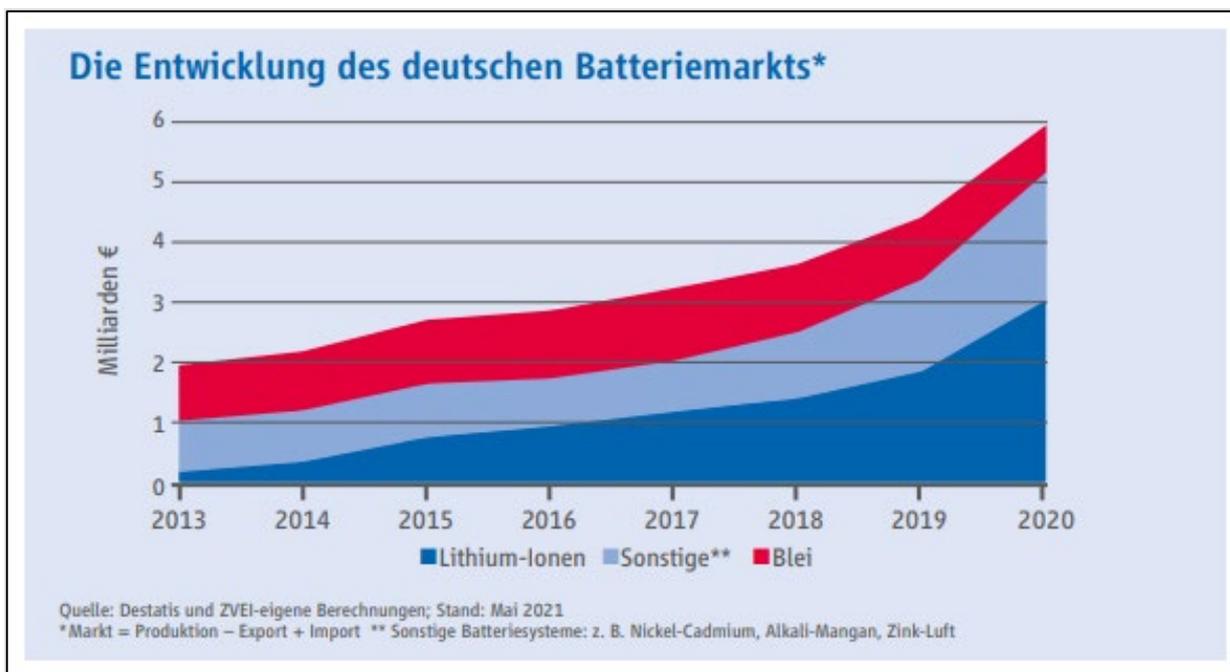


<i>Selbsteinschätzung</i>	<i>Fremdeinschätzung</i>
Fortgeschritten 2 – Punkte	Fortgeschritten 2 – Punkte

D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?

Wir sind stets bemüht unseren Kunden die besten Produkte anzubieten. Wenn sich also Kunden, die zuvor bei einem Wettbewerber waren, zu unserer Lösung wechseln, verliert dieser Marktanteile. Derzeit ist es aber so, dass der Markt insbesondere im Bereich der Lithium-Batterien wächst und dadurch Umsatz generiert wird, ohne Kunden abzuwerben. Der absolute Bedarf an Batterien wächst, jedoch verlagern sich die Marktanteile der Bleibatterie zu ihren Substitutionsprodukten. Wir gehen davon aus, dass durch die Energiewende die Nachfrage weiterhin steigt. Es werden Mitunternehmern somit nicht geschädigt, sollten Kunden zu uns wechseln.



Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern bzw. wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

Es ist für uns nicht möglich die Marktanteile der anderen Firmen einzusehen. Für uns gibt es das „weiche“ Ziel die Marktführerschaft im Bereich der Notstromsysteme zu erlangen, jedoch wird dieses eher als internes Ziel für die Mitarbeitenden gesehen, da eine Messung nicht möglich ist. Zudem versuchen wir, die Marktführer im Allgäu zu sein. Dies ist wie oben aber ein „weiches“ und internes Ziel. Dieses Ziel könnte aus umwelttechnischer Sicht sogar attraktiv sein, da nicht regionale Anbieter weitere Anfahrtswege haben und somit Umweltbelastungen verursachen.

Verpflichtende Indikatoren

Findet ein wertender Vergleich (besser/schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmern in der Kommunikation statt?

Ja, es findet ein wertender Vergleich statt, da wir uns durch unseren USP und unserer hohen Qualität absetzen möchten.

Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?

Nein, es werden keine Dumpingpreisstrategien verfolgt.

Werden geheime/verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?

Nein.

Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmern, Kund*innen oder Produzent*innen in der Unternehmensstrategie verankert?

Nein. Jedoch profitieren Kunden und Produzenten, wenn wir einen höheren Marktanteil besitzen, da es unser Anliegen ist, langfristig nachhaltiger als unsere Mitunternehmer zu agieren.

Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die anderen Unternehmen bei der Weiterentwicklung/Forschung/Innovation blockieren könnten bzw. sollen?

Derzeit besitzen wir keine technischen Patente. Wir sind stets an den neusten und fortschrittlichsten Lösungen interessiert. Es liegt also nicht in unserem Interesse die Entwicklung/Forschung zu blockieren.

Verbesserungspotenziale:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

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

Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?

Wir können nicht sagen, welche ökologischen Auswirkungen die Nutzung und Entsorgung unserer Produkte und Dienstleistungen haben. Jedoch wissen wir, dass unsere Bleibatterien zu annähernd 100% recycelt werden.

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?

Absolute Angaben liegen uns nicht vor. Auch gibt es keine Alternativen bei den Produkten. Durch unsere hohe Qualität unserer Produkte sowie unserem Service verlängern wir die Lebenszeit der Produkte.

Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?

Um die ökologischen Auswirkungen bestmöglich zu reduzieren, betreiben wir eine eigene Rückführungslogistik. Denn nicht jede Batterie, die nicht mehr ihre volle Leistung bringt, muss unweigerlich entsorgt werden. Oft kommt es vor, dass das Flurförderzeug und das Ladegerät nicht optimal auf die Batterie und die Einsatzbedingungen abgestimmt sind. Für den Anwender entsteht der Eindruck, dass die Batterieleistung unzureichend ist. Mit unserer Erfahrung und Fachkompetenz erkennen wir ein solches Mismatch und holen durch eine optimierte Abstimmung im Rahmen der Rückführungslogistik das Beste aus den Einzelkomponenten heraus. Des Weiteren sind wir durch die Stiftung EAR (Elektro-Altgeräte-Register) verpflichtet zu melden, welche Einzelkomponenten der Batterien wir in den Rohstoffkreislauf zurückführen. Auch verringern wir durch die hohe Qualität sowie unserem Service den ökologischen Fußabdruck unserer Produkte.

Unsere Strategien und Maßnahmen:

Regeneration von leistungsschwachen Blei-Batterien

- Bevor tiefentladene oder alte Batterien ersetzt werden müssen, können diese unter Umständen regeneriert werden. Dafür führen wir einen Kapazitätstest durch und analysieren den Zustand der Batterie. Sollte die Batterie wiederherstellbar sein, können wir durch eine Desulfatierungsladung die Lebensdauer verlängern.

Demontage von Lithium-Ionen-Batterien

- In den letzten Jahren hat sich die in Verkehr gebrachte Menge an Lithium-Ionen-Batterien rasant erhöht. Im Bereich der Industriebatterien handelt es sich meistens um modular aufgebaute Packs, die zu einem Batteriesystem verschaltet sind. Um Batteriesysteme dem Recycling zuzuführen, müssen sie wieder in ihre Einzelteile zerlegt werden. Der erste Schritt vom Batteriesystem zurück zur Ebene des

Packs ist der für die weitere Logistik wichtigste: Erst durch ein volumenoptimiertes Packmaß ist es wirtschaftlich, Module unter Nutzung von Skaleneffekten zu recyceln. Wir übernehmen die Demontage von Lithium-Ionen-Batterien und übernehmen auf Wunsch auch die gesetzlich vorgeschriebene Rücknahme.

Hauseigene Logistik mit zertifizierten ADR-Gefahrgutfahrern

- Wir erledigen Rücknahme der Altbatterie unserer Kunden. Dabei spielt die Batterietechnologie keine Rolle – der Transport erfolgt stets durch ausgebildete und zertifizierte ADR-Gefahrgutfahrer mit entsprechend ausgerüsteten Fahrzeugen.

Angliederung an den GRS-Batterierücknahmekreislauf

- Die Stiftung Gemeinsames Rücknahmesystem Batterien ist unser kompetenter Partner für die Entsorgung unserer Batterien. Mit jahrzehntelanger Erfahrung können sich unsere Kunden darauf verlassen, dass die Batterien nach ihrem Lebensende nachhaltig und transparent der Wiederverwertung zugeführt werden. GRS kooperiert mit den führenden Recyclingwerken, um die wertvollen Rohstoffe bestmöglich für eine erneute Verwendung aufzubereiten und damit die Umwelt zu entlasten.

Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

Wir definieren uns als ganzheitliches Unternehmen und legen einen hohen Wert auf die Reduzierung der ökologischen Auswirkungen. Daher nimmt das Thema Nachhaltigkeit in unseren gemeinsam definierten Werten sowie unserer Strategie einen festen Platz ein.

<https://www.allgaeubatterie.de/anwendungen/rueckfuehrungslogistik/>

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt	<i>Fremdeinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt
--	---

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

Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?

Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung ist nicht explizit im Geschäftsmodell verankert. Jedoch ist der Service eine tragende Säule im Unternehmensleitbild, dadurch wird die Lebensdauer unserer Produkte signifikant erhöht.

Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?

Eine solche Auseinandersetzung findet nur im geringen Ausmaß statt, da wir keine Konsum- sondern Investitionsgüter herstellen. Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung ist nicht explizit im Geschäftsmodell verankert. Dafür ist der Service ein relevanter Bestandteil des Geschäftsmodells, um Ressourcen möglichst effizient einzusetzen. Eine Kommunikation mit Kunden auf die Förderung von maßvoller Nutzung findet nicht explizit auf Anfrage statt.

Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

Eine maßvolle Nutzung findet dahingehend statt, dass wir qualitativ hochwertige Produkte entwickeln, die in Kombination mit unserem technischen Service eine lange Lebenszeit bieten. Oft werden Produkte mehrfach repariert, um die Lebenszeit zu maximieren. Auch können wir die Lebensdauer von Batterien durch eine Desulfatierungsladung verlängern.

Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?

Alle unsere Produkte zielen durch die ihre Langlebigkeit auf eine maßvolle Nutzung ab.

Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

Eine Kommunikation mit Kunden auf die Förderung von maßvoller Nutzung findet in der Regel statt. Zusätzlich bieten wir Schulungen bezüglich des optimalen Umgangs unserer Produkte an. Wir heben in unseren Beratungs- und Verkaufsgesprächen jedoch die hohe Qualität, lange Lebenszeit und unseren Service hervor.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ökologische Auswirkungen unserer Produkte sollen ausgearbeitet werden, um eine Bewusstseinsbildung zu schaffen.



<i>Selbsteinschätzung</i>	<i>Fremdeinschätzung</i>
Erste Schritte – 1 Punkt	Erste Schritte – 1 Punkt

D3.3 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?

Es werden keiner dieser oder vergleichbarer Punkte in Kauf genommen. Im Gegenteil. Unser Geschäftsmodell und unsere Produkte zeichnen sich durch hohe Qualität und Langlebigkeit aus. Würden wir dies nicht gewährleisten, würde kein Kunde mehr bei uns kaufen.

Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

Wir verkaufen Produkte bei denen auszugehen ist, dass im Vergleich zu denen, die am Markt verfügbar sind, das geringste Übel ausrichten. Alles, was wir in unserem Portfolio führen, ist aus unserer Sicht wirtschaftlich und ökonomisch am sinnvollsten.

Verbesserungspotenziale:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

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

Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?

Unser Geschäftsmodell sieht vor, dass wir unseren Kunden die bestmögliche Lösung anbieten. Um dies zu gewährleisten, müssen wir seine Bedürfnisse so gut es geht verstehen. Wir stehen daher im sehr engen Austausch mit unseren Kunden. Teilweise werden auch spezielle Einzelanfertigungen für diese geliefert. Wir sammeln und bündeln Kundenanforderungen und geben diese mit unserer eigenen Einschätzung an Lieferanten weiter, um Produkte bestmöglich zu verbessern.

Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?

Unsere Philosophie ist es, gemeinsam mit den Kunden die wirtschaftlich und technisch beste Lösung anzubieten.

Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Marktforschung wird nicht eingesetzt. Wir beziehen uns auf bereits verfügbare Statistiken und Daten.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind.	
2022	2023
100%	100%
Alle gelieferten Produkte sind an die kundenspezifischen Anforderungen angepasst.	Alle gelieferten Produkte sind an die kundenspezifischen Anforderungen angepasst.

Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind.	
2022	2023
0%	0%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i>	<i>Fremdeinschätzung</i>
Erfahren – 5 Punkte	Erfahren – 5 Punkte

D4.2 Produkttransparenz

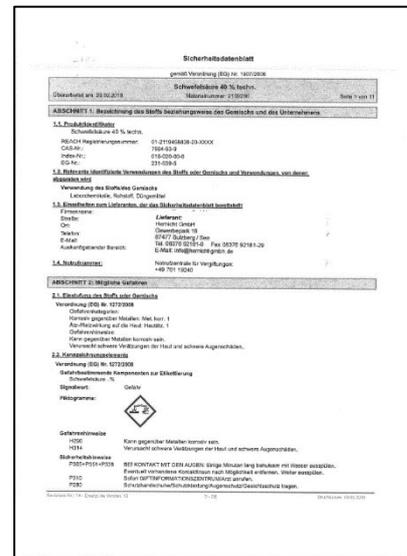
Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?

Die Transparenz entspricht den gesetzlichen Anforderungen. Wir stellen alle technisch relevanten Informationen zur Verfügung. Die Transparenz in Bezug auf den ökologischen Fußabdruck können wir nicht bereitstellen, da wir diesen nicht kennen.

Wir verweisen aktiv auf die Hersteller unserer Produkte. Die Wertschöpfungskette ist somit Großteils nachvollziehbar.

Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?

Wir halten uns an die Richtlinien und weisen alle geforderten Inhaltsstoffe aus. Jedoch weisen wir darüber hinaus keine weiteren Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Information aus.



Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?

Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden nicht ausgewiesen.

Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

Es werden dem Kunden alle gesetzlich verpflichteten Gesetzblätter und Anleitungen zur Verfügung gestellt.

<https://www.allgaeubatterie.de/wp-content/uploads/2018/09/Sicherheitsdatenblatt-Schwefels%C3%A4ure-40.pdf>

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes)	
2022	2023
0%*	0%*

*unsere Produkte enthalten keine „klassischen“ Inhaltsstoffe

Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes)	
2022	2023
0%	0%

Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen	
2022	2023
keine Angabe und Schätzung möglich	keine Angabe und Schätzung möglich

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Mehr Transparenz in den gefragten Bereichen darstellen

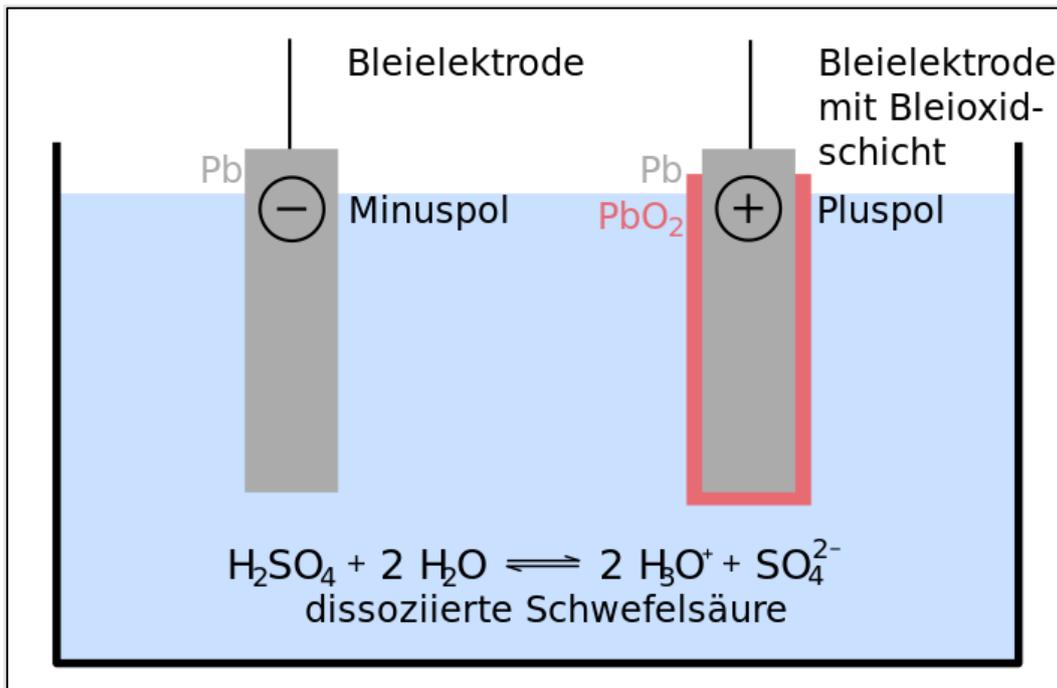


<i>Selbsteinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt	<i>Fremdeinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt
--	---

D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?

Ja, da unsere Produkte ausschließlich mit Chemie (z.B. Schwefelsäure bei Bleibatterie) funktionieren. Die dabei verwendeten Chemikalien sind giftig und ätzend. Jedoch ist die Verwendung für unsere Kunden unbedenklich, wenn alle Hinweise zur entsprechenden Verwendung eingehalten werden. Nebenwirkungen entstehen lediglich, wenn man die Produkte zweckentfremdet.



Aufbau Bleibatterie

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchs-Risiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes)	
2022	2023
0%*	0%*

*wir sind gesetzlich dazu verpflichtet alle Gefahrenstoffe und Gebrauchs-Risiken anzugeben

Verbesserungspotenziale:

Keine.

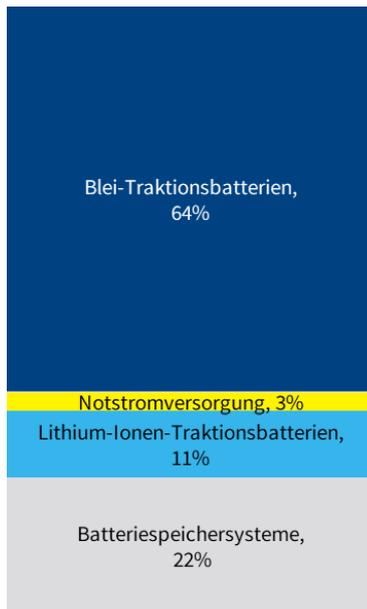


<i>Selbsteinschätzung</i> Basisline – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basisline – 0 Punkte
--	---

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

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

Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?



Die Übersicht zeigt die Umsatzverteilung nach den vier Geschäftsfeldern aus dem Jahr 2023. Eine Übersicht aus dem Jahr 2022 ist nicht möglich, da mit dem 01.01.23 die vier strategischen Geschäftsfelder eingeführt wurden und somit diese Aufteilung noch nicht möglich war. Darüber hinaus war der Geschäftsbereich LTB noch in einer eigenen Gesellschaft ausgegliedert und wurde zum 01.01.2023 eingegliedert.

Durch die vier Geschäftsbereiche mit verschiedenem Umsatzvolumen erreichen wir eine vierfache Wirkung in die Gesellschaft hinein. Mit unserem Angebot möchten wir die Ablösung der fossilen Betriebs-/Rohstoffe erreichen und den Kunden die Elektrifizierung erleichtern. Dadurch verhelfen wir unseren Kunden zu CO₂-Einsparungen.

Unsere Produkte und Dienstleistungen erfüllen besonders folgende Grundbedürfnisse laut M. Max Neef und M. Rosenberg:

- **Schutz/Sicherheit:** Durch den gezielten Einsatz verschiedener Notstromversorgungsanlagen können wir bei unseren Kunden die Stromversorgung jederzeit sicherstellen. Kunden sind hier neben der Industrie vor allem Krankenhäuser, Rechenzentren, aber auch die Umspannwerke für die Allgäuer Stromversorgung.
- **Freiheit/Autonomie:** Unsere Kunden profitieren durch Batteriespeichersysteme von Freiheit und Autonomie. Zum einen werden sie unabhängiger vom Netzbetreiber und sie können ihren Eigenverbrauch von PV-Strom deutlich erhöhen.

- **Gesundheit:** Durch den Einsatz von Blei-Traktionsbatterien und Lithium-Ionen-Traktionsbatterien werden gezielt auf fossile Betriebsstoffe verzichtet, welche sich positiv auf die Gesundheit der Mitarbeitenden auswirkt, wenn diese bspw. keine Abgase der Dieselstapler einatmen müssen.

Je nach Geschäftsbereich erfüllen unsere Produkte mehrfache Nutzen:

- **Batteriespeichersysteme** erfüllen das Bedürfnis nach Freiheit und Autonomie, können aber auch Sicherheit und Schutz geben, weil die Unabhängigkeit vom Netzbetreiber dem Kunden die Sicherheit und Schutz gibt.
- **Notstromversorgungsanlagen** erfüllen in erster Linie das Bedürfnis an Schutz und Sicherheit, dabei kommen sie auch dem Bedürfnis nach Freiheit und Autonomie nach, indem sie dem Kunden durch die entstehende Autonomiezeit Unabhängigkeit vom Netzbetreiber geben, wenn es zu einem Stromausfall kommt.

Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?

Alle Produkte/Dienstleistungen erfüllen Grund- und keine Luxusbedürfnisse. Keine unserer Produkte/Dienstleistungen erfüllen einen Pseudo- und Negativ-Nutzen.

In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

Unsere Produkte und Dienstleistungen dienen nicht unmittelbar dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit. Jedoch dienen sie mittelbar auf vielen Wegen diesen Aspekten (z.B. Klimawandel). Die Ablösung von fossilen Betriebs-/Rohstoffen wirkt sich durchaus positiv auf die Gesundheit der Menschen aus, weil bspw. weniger Abgase bei der Arbeit eingeatmet werden.

Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Durch unsere Batteriespeichersystem sowie unserer Notstromversorgung lösen wir gesellschaftliche bzw. ökologische Probleme stark in den Bereichen Energiewende, Mobilitätswende oder ökologischen Wende. Beispielsweise elektrifizieren wir durch unsere Produkte die Intralogistik. Speziell in diesem Fall ersetzen wir Dieselgabelstapler nach und nach durch batteriebetriebene Gabelstapler. Auch ersetzen wir alte, ineffiziente Ladegeräte durch neue und energieeffiziente Ladegeräte. Durch diese Maßnahmen sparen wir sowohl Energie als auch CO₂ ein.

Mit unseren Produkten wirken wir somit direkt auf die folgenden UN-Entwicklungsziele ein:

- 3: Gesundheit und Wohlergehen
- 7: Bezahlbare und saubere Energie
- 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur
- 12: Nachhaltige/r Konsum und Produktion
- 13: Maßnahmen zum Klimaschutz
- 15: Leben am Land

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes erfüllt Bedürfnis nach...		
	2022	2023
Lebenserhaltung / Gesundheit / Wohlbefinden	2%	3%
Schutz / Sicherheit	5%	15%
Freiheit / Autonomie	15%	20%
Statussymbole bzw. Luxus	0%	0%

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes dient der Entwicklung ...		
	2022	2023
der Menschen	0%	0%
der Erde/Biosphäre	15%	25%

Löst gesellschaftliche oder ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen
3: Gesundheit und Wohlergehen
7: Bezahlbare und saubere Energie
9: Industrie, Innovation und Infrastruktur
12: Nachhaltige/r Konsum und Produktion
13: Maßnahmen zum Klimaschutz
15: Leben am Land

Nutzen der Produkte/Dienstleistungen		
	2022	2023
Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen	100%	100%
Hemmender bzw. Pseudo-Nutzen	0%	0%
Negativ-Nutzen	0%	0%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Wirkungsmessung durchführen
- Kunden einbinden: Nutzen Sie Ökostrom, wie werden Produkte von uns genutzt



Selbsteinschätzung

Erfahren – 4 Punkte

Fremdeinschätzung

Erfahren – 4 Punkte

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?

Unserer Produkte und Dienstleistungen helfen in keiner Form die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken.

Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?

Folgende Interessensgruppen werden durch Aktivität außerhalb des Unternehmens erreicht:

Nachbarn:

Wir pflegen zu allen unserer Nachbarn ein freundschaftliches Verhältnis.

Gemeinde:

Die Gemeinde und die Bürger profitieren zum einen von unseren Steuerzahlungen und zum anderen von uns als Arbeitgeber, da wir speziell für Geflüchtete Arbeitsplätze schaffen.

Vereine:

Die örtlichen Vereine profitieren durch Kooperationen und Spenden.

NGOs:

Wir tätigen regelmäßig Sach- und Geldspenden.

Bildungssektor:

Wir bieten Schülern und Studenten Praktika, Abschlussarbeiten oder Werkstudententätigkeiten an.

Mitunternehmen:

Wir halten in Unternehmen Vorträge oder Paneldiskussionen zur Unternehmenskultur.

Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung, Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

Eine konkrete Feststellung gestaltet sich als schwierig. Jedoch haben wir schon von der Gemeinde positives Feedback zu unserer Unternehmenskultur und Produkten bekommen. In erster Linie versuchen wir andere Unternehmen zu animieren ihre Unternehmenskultur ernst zu nehmen und als positives Vorbild voranzugehen.

Verpflichtende Indikatoren

Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr	
2022	2023
Ca. 50 (davon sind ca. 30 Spenden)	Ca. 50 (davon sind ca. 30 Spenden)

Anzahl der erreichten Menschen, z. B. Leser*innen, Besucher*innen	
2022	2023
Geschätzt 8.000	Geschätzt ca. 10.000

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Fortgeschritten – 2 Punkte
---	---

E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?

Unsere Produkte und Dienstleistungen haben keine direkten oder indirekten Auswirkungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen. Auch wenn Bleibatterien giftig sind, so gibt es aufgrund der europäischen Standards in der Verarbeitung und des Recyclings keine Auswirkungen auf das Leben und die Gesundheit.

Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

Es gibt keine Auswirkungen auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten. Im Gegenteil, da wir mit Batteriespeichersystemen die Menschen autarker machen und die Biosphäre schützen.

Verpflichtende Indikatoren

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen

0% (2022/2023)

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

0% (2022/2023)

Verbesserungspotenziale:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z. B. in Form von Ertragsteuern, lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?

Wir zahlen an die Gemeinde Haldenwang die Gewerbesteuer. Ebenfalls entrichten wir die Beiträge für die Sozialversicherung, Rentenversicherung und Krankenversicherungen und leisten somit unseren solidarischen Beitrag.

Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z. B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?

Wir haben während der Corona-Pandemie kein Kurzarbeitergeld eingeführt, sondern unsere Mitarbeiter selbst voll bezahlt. Jedoch greifen wir, sofern möglich, auf Förderprogramme zurück, wie beispielsweise die bereits erwähnte Energieberatung. Zudem wurden Förderungen für das Programm *Ladeinfrastruktur vor Ort* und Förderprogramme zur Digitalisierung in Anspruch genommen (*Digitalbonus Bayern* und *Digital Jetzt*). Hierdurch erhoffen wir uns, unser Unternehmen nach besten Möglichkeiten optimal für eine nachhaltige Zukunft auszurichten.

Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

Indirekt leisten wir durch Neueinstellungen einen Beitrag, um eine hohe Vollbeschäftigung in Deutschland und die damit verbunden Wertschöpfung zu erzielen. Hierbei erhöht sich ebenfalls die gezahlte Steuer für die Bereiche Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge. An unsere Mitarbeiter zahlen wir vermögenswirksame Leistungen, die sie für ihre Altersvorsorge nutzen.

Verpflichtende Indikatoren

	2022	2023
Umsatz	€ 8,5 Mio.	€ 17,7 Mio.
Nettoabgabenquote		

Verbesserungspotenziale:

Keine.



Selbsteinschätzung

Erste Schritte – 1 Punkt

Fremdeinschätzung

Fortgeschritten – 2 Punkte

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)

Die Spenden, die im Jahr 2022 geleistet wurden, betragen 8.061,50€.

Buchungsdatum	Beschreibung	Betrag
22.12.2022	Spende Kinderhospiz St. Nikolaus	440,00 €
20.12.2022	Spende Amnesty International	500,00 €
15.12.2022	Spende TV Haldenwang Jugendarbeit Abt. Fussball	1.500,00 €
15.12.2022	Spende UNICEF "Weihnachtspost"	3.600,00 €
15.12.2022	Plan Spende Patenkind 12-2022	28,00 €
16.11.2022	Plan Spende Patenkind 11-2022	28,00 €
17.10.2022	Plan Spende Patenkind 10-2022	28,00 €
15.09.2022	Plan Spende Patenkind 9-2022	28,00 €
17.08.2022	Spende Körperbehinderte Allgäu Benefizlauf 2022	205,00 €
15.08.2022	Plan Spende Patenkind 8-2022	28,00 €
15.07.2022	Plan Spende Patenkind 7-2022	28,00 €
15.06.2022	Plan Spende Patenkind 6-2022	28,00 €
17.05.2022	Plan Spende Patenkind 5-2022	28,00 €
19.04.2022	Plan Spende Patenkind 4-2022	28,00 €
30.03.2022	Aktionsbündnis Allgäu Spende Ukraine	1.480,50 €
16.03.2022	Plan Spende Patenkind 3-2022	28,00 €
15.02.2022	Plan Spende Patenkind 2-2022	28,00 €
17.01.2022	Plan Spende Patenkind 1-2022	28,00 €
		8.061,50 €

Zusätzlich zu den Spenden haben wir auch Aufwände für die GWÖ, die hier zu nennen sind. Sie betragen für 2022 etwa einen Arbeitstag von einer Person und teilt sich in zwei GWÖ-Treffen à einem halben Tag auf. Somit ergibt sich bei einem Stundensatz von 120€ eine Summe von 960 €.

Die freiwilligen Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens liegen für das Jahr 2022 bei 9.021,50€.

Die Spenden, die im Jahr 2023 geleistet wurden, betragen 33.371,16 €.

Buchungsdatum	Beschreibung	Betrag
31.12.2023	Spende Unicef 2023	2.000,00 €
31.12.2023	Spende WWF	1.000,00 €
31.12.2023	Spende Plan International	2.000,00 €
31.12.2023	Spende Welthungerhilfe 2023	2.000,00 €
31.12.2023	Spende GWÖ 2023	1.000,00 €
31.12.2023	Spende Ärzte ohne Grenzen 2023	2.000,00 €
31.12.2023	Spende Bund Naturschutz 2023	2.000,00 €
31.12.2023	Spende Terre des hommes 2023	2.000,00 €
28.12.2023	Spende FFW Börwang	500,00 €
28.12.2023	Spende FFW Haldenwang	500,00 €
28.12.2023	Spende TV Haldenwang Jugendabteilung Fußball	1.000,00 €
28.12.2023	Spende Kinderbrücke Allgäu	1.000,00 €
28.12.2023	Spende Dessert Flower Foundation	1.000,00 €
28.12.2023	Spende Zeltschule e. V.	1.000,00 €
15.12.2023	Plan Spende Patenkind 12-2023	28,00 €
15.11.2023	Plan Spende Patenkind 11-2023	28,00 €
16.10.2023	Plan Spende Patenkind 10-2023	28,00 €
15.09.2023	Plan Spende Patenkind 9-2023	28,00 €
12.09.2023	Sachspende Projekt Schwarz-Weiß e. V.	12.690,16 €
28.08.2023	Spende TV Abt. Frisbee	500,00 €
16.08.2023	Spende Körperbehinderte Benefizlauf	245,00 €
15.08.2023	Plan Spende Patenkind 8-2023	28,00 €
17.07.2023	Plan Spende Patenkind 7-2023	28,00 €
21.06.2023	Spende TV Haldenwang Abt. Fussball	200,00 €
15.06.2023	Plan Spende Patenkind 6-2023	28,00 €
15.05.2023	Plan Spende Patenkind 5-2023	28,00 €
17.04.2023	Plan Spende Patenkind 4-2023	28,00 €
04.04.2023	Spende TV Haldenwang Turnabteilung	400,00 €
15.03.2023	Plan Spende Patenkind 3-2023	28,00 €
15.02.2023	Plan Spende Patenkind 2-2023	28,00 €
16.01.2023	Plan Spende Patenkind 1-2023	28,00 €
		33.371,16 €

Neben den Spenden führen wir die Aufwände für die GWÖ aus dem Jahr 2023 auf. Diese bestehen aus etwa vier halbtägigen Treffen und einer Person. Daraus ergibt sich mit einem Stundensatz von 120€ eine Summe von 1.920€.

Zudem haben wir uns 2023 in dem ALLgoals Ziel mit Gemeinnütziger Arbeit beschäftigt. So hat fast jeder Mitarbeiter einen Tag in einer sozialen Einrichtung geholfen. Wir haben unter anderem die Essensausgabe an der Tafel, die Gartenpflege in einem Kindergarten sowie das Planen und Durchführen eines Festes in einem Altenheim tatkräftig unterstützt. Hierfür rechnen wir mit 45 Personen, die jeweils einen Arbeitstag soziale Arbeit geleistet haben. Somit ergibt sich bei einem Stundensatz von 120 € eine Gesamtsumme von 5.400 €.

Die freiwilligen Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens liegen für das Jahr 2023 bei 40.691,16€.

Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?

Der direkte Eigennutzen ist gering, da wir kein B2C-Unternehmen sind und uns mit den Spenden auch nicht profilieren wollen. Daher kommunizieren wir diese nicht speziell nach außen. Die Spenden für regionale Vereine sorgen jedoch für ein gutes Image in der Region.

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?

Durch die Patenschaft erhoffen wir uns beispielsweise, dass das Patenkind einen besseren Zugang zur Bildung hat und dadurch langfristig einen höheren Lebensstandard hat. Die Grundbedürfnisse des Kindes sollen dadurch ebenfalls gedeckt werden. Mit den Allgoals versuchen wir ein Bewusstsein aller Mitarbeiter für soziale Tätigkeiten zu schaffen und möchten der Gesellschaft etwas zurückgeben.

Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?

Unser Engagement ist über Jahre hinweg stabil. Jedoch gibt es keine Automationen wie z. B. einen regelmäßigen Dauerauftrag. Auch sind die Beträge nicht systematisiert (z.B. jährlich 1% vom Umsatz). Das persönliche, soziale und ökologische ist in der DNA der Familie und des Unternehmens. Deshalb ist dies auch in unserer „Corporate Social Responsibility“ fest verankert.



Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

In Bezug auf die Gesellschaft sind hier folgende Ziele definiert:

Starke soziale Verwurzelung

Das Allgäu steckt bei uns nicht nur in unserem Namen, sondern auch in unseren Genen. Die typische Allgäuer Bodenständigkeit zeichnet uns aus! Um unserer Heimat ein Stück weit das zurückzugeben, was sie uns gibt, engagieren wir uns im Ort und halten die regionale Flagge hoch. Doch sind wir mindestens genauso dankbar über die wertvollen Ideen, die unsere zugezogenen Kollegen aus Nah und Fern einbringen.

Aktive Integration von Flüchtlingen

Entgegen allen Beteuerungen aus Wirtschaft und Politik haben es Minderheiten in Deutschland oft noch schwer, im geregelten Berufsleben Fuß zu fassen. Als kleines Unternehmen können wir nicht die Welt verändern, aber zumindest einen kleinen Beitrag dazu leisten. So sehen wir beispielsweise das große Potenzial, das in den Flüchtlingen steckt, und versuchen sie aktiv zu integrieren.

Permanentes Angebot an Schülerpraktika

Unsere Jugend ist unsere Zukunft. Um den heutigen Schülern die wichtige Berufswahl von morgen zu erleichtern, ermöglichen wir Schülerpraktika und Ferienjobs.

Regelmäßige Sach- und Geldspenden an örtliche Vereine und internationale Projekte

Bei aller moralischen und ethischen Unterstützung mangelt es vielen Initiativen schlichtweg an den finanziellen Mitteln, um ihre Ziele zu erreichen. Auch hier versuchen wir durch Sach- und Geldspenden auszuhelfen. Dies geht von der Ausstattung der örtlichen Feuerwehr über das Sponsoring der regionalen Vereine bis hin zu ortsfesten Batterieanlagen für Krankenstationen in Kenia.



Verpflichtende Indikatoren

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen (in Prozent des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit)	
2022	2023
0,1%	0,25%

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- mehr direkte Maßnahmen umsetzen
- Eine fixe Spendensumme pro Jahr in Abhängigkeit von Umsatz oder Gewinn definieren



<i>Selbsteinschätzung</i> Fortgeschritten – 4 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Fortgeschritten – 4 Punkte
--	---

E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung? Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:

Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?

Da wir lediglich über einen Standort verfügen, ist es für uns nicht möglich, Gewinne zwischen verschiedenen Ländern zu verschieben. Dies würde auch unseren Werten und Einstellungen widersprechen. Hierbei beziehen wir uns auf unsere lokale Verankerung. Wir möchten unsere Gewinne dort versteuern, wo sie erwirtschaftet wurden.

Ebenfalls werden keine Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt. Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartner in sogenannten Steueroasen gibt es nicht.

Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?

Nein, da alle Transaktionen über deutsche Banken abgewickelt werden. Deutsche Banken unterliegen zudem den Geldwäschegesetz.

Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?

Die Transaktionen unserer geschäftlichen Tätigkeiten sind über Rechnungen dokumentiert. Dies ist unter anderem durch die Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung im HGB verankert. An diese Gesetze halten wir uns.

Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting

Ein länderspezifisches Reporting für internationale Finanztransaktionen gibt es nicht, da hier keine Notwendigkeit besteht. Jedoch könnte man auf Basis der Empfänger eine Sortierung vornehmen, welche die Ansässigkeit der Firma ausgibt. Ebenfalls könnten die Transaktionen mit Hilfe der IBAN nach Ländern abgefragt werden.

Verbesserungspotenziale:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen?

Aus unserer Sicht bestehen keine Korruptionsrisiken bei unseren Lieferanten und unseren Kunden. Die Zusammenarbeit mit Lieferanten und Kunden basiert auf Ehrlichkeit und Vertrauen.

Korruption passt nicht zum Werteverständnis und zur gelebten Unternehmenskultur. Die Geschäftsführung und die Führungskräfte übernehmen eine Vorbildfunktion.

Sollte ein Korruptionsfall im Unternehmen bestehen, ist mit empfindlichen Sanktionen zu rechnen.

Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?

Derzeit gibt es keine Maßnahmen/Compliance für unser Unternehmen. Dies ist auf unsere Unternehmensgröße zurückzuführen. Derzeit sind wir für entsprechende Maßnahmen zu klein.

Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträgern umgegangen?

Wir handeln nach den Prinzipien des "ehrbaren Kaufmanns", lehnen Schmiergelder und jegliche Art von unlauteren Aktivitäten, die einen Vorteil nach sich ziehen, ab.

Wir sind uns aber bewusst, dass ein gutes Standing in der Gemeinde sich positiv auf unser Unternehmen auswirken kann. Dies kann beispielsweise bei Entscheidungen für Neubauten wichtig sein. Jedoch suchen wir aktiv keinen Kontakt. Besteht dieser jedoch, versuchen wir ein gutes und freundschaftliches Verhältnis zu pflegen.

Welche Lobbyingaktivitäten betreibt das Unternehmen?

Unsere Firma betreibt mittelbar keine Lobbyarbeit. Jedoch treten Fachverbände, bei denen wir Mitglied sind, wie ZVEI und BVES, für unsere Interessen im politischen Kurs aus wirtschaftlicher und technologischer Sicht für uns ein.

Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?

Wir leisten keine Spenden an politische Parteien.

Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?

Es werden keine aktiven Maßnahmen für eine Bewusstseinsbildung in Bezug auf Korruption betrieben.

Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?

Es gibt in Entscheidungsprozessen keine Vorkehrungen gegen Korruption.

Wie werden Interessenskonflikte (persönliche Interessen vs. Firmeninteressen) sichtbar gemacht und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

Es gibt diesbezüglich keine festgelegten Verhaltensregeln. Bei Interessenskonflikten setzt man sich zusammen, bespricht sich und macht einen Kompromiss. Für uns ist Vertrauen die wichtigste Maßnahme gegen Korruption.

Verpflichtende Indikatoren

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?

Es erfolgt keine Offenlegung von Parteispenden, da es keine Parteispenden gibt.

Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbyingaktivitäten (Eintrag ins Lobbyingregister) und Lobbyingaufwendungen?

Da wir kein unmittelbares Lobbying betreiben, sind wir nicht im Lobbyregister. Die Fach-/Branchenverbände, denen wir angehören, und mittelbar Lobbying betreiben, sind auf unserer Website aufgeführt.

Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?

Nein.

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positiv-Aspekt: Wirksame Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

Das Budget wird komplett von unserem Geschäftsführer Manuel Diepolder verwaltet.

Verbesserungspotenziale:

- Einführung von Compliance Richtlinie
- Aktive Bewusstseinsbildung der Mitarbeitenden fördern



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden, definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:

Standardwirkungskategorie	Ja/Nein	Grund
Klimawirksame Emissionen	Ja (CO ₂)	Firmenflotte, Gasheizung
Feinstaub und anorganische Emissionen	Ja	Firmenflotte
Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)	Nein	
Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO _x , SO _x , CO ₂)	Ja (CO ₂)	Firmenflotte, Gasheizung
Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO _x , SO _x)	Nein	
Ionisierende Strahlung	Nein	
Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe*	Nein	
Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)	Nein	
Landverbrauch	Nein	
Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)	Nein	

*Wir verwenden bei der Herstellung Schwefelsäure. Jedoch gelangt diese aufgrund der fachgerechten Verarbeitung und Entsorgung nicht in die Umwelt.

Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Die Daten für den Verbrauch von Energie-, Wasser- und Stromverbrauch sind verfügbar. Die Umweltauswirkungen werden erstmals im Zusammenhang mit unserer Mitgliedschaft im *Bündnis klimaneutrales Allgäu 2030* tiefgehender ausgewertet. Der Bericht liegt seit dem 24.07.2024 vor. Alle Emissionen, die nicht vermieden, substituiert oder reduziert werden können, werden über Umweltprojekte ausgeglichen. Es besteht ein Austausch mit dem eza! Energie- und Umweltzentrum Allgäu und anderen Unternehmen im Allgäu, die sich ebenfalls auf dem Weg zur Klimaneutralität gemacht haben.

Verpflichtende Indikatoren

Umweltkonto		
	2022	2023
Transporte (und dessen CO ₂ Äquivalent) in km bzw. kg	Nachträglich nicht ermittelbar	549.008 km
Dieserverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg	Nachträglich nicht ermittelbar	409.300 kWh
Stromverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg	Nachträglich nicht ermittelbar	59.590 kWh
Gasverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg	Nachträglich nicht ermittelbar	111.938 kWh
Kunstlichteinsatz in Lumen, kWh	Nachträglich nicht ermittelbar	14.500 kWh

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Weitere Umstellung auf Elektrofahrzeuge
- Umbau der Gasheizung auf eine nachhaltigere Alternative
- Veröffentlichung des *Berichts Bündnis klimaneutrales Allgäu 2030*



<i>Selbsteinschätzung</i> Erfahren – 5 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Erfahren – 5 Punkte
---	--

E3.2 Relative Auswirkungen

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich ...

P zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?

P zu Mitunternehmern im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

Da wir nur in einem sehr kleinen Umfang und in Handarbeit produzieren, gehen wir nicht davon aus, dass die ökologischen Auswirkungen unserer Herstellprozesse größer sind als die des Branchenstandards oder unseren Mitunternehmern im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region.

Da unser Geschäftsmodell sehr serviceorientiert ist, versuchen wir die Technikerstandorte so zu wählen, dass die Anfahrt möglichst kurz ist zu unseren Kunden.

Verpflichtende Indikatoren

Relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region.

Relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen in der Branche bzw. Region sind uns nicht bekannt. Wir gehen aber davon aus, dass wir im Branchenvergleich außerordentlich stark sind in Bezug auf ökologische Nachhaltigkeit. Da wir keine konkreten Zahlen haben, bewerten wir uns selbst im Mittelfeld.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ermittlung von Branchendaten bzw. einen Vergleich mit anderen Unternehmen aus dem *Bündnis klimaneutrales Allgäu 2030* anstellen.

E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörnde Betreiberauflagen gibt es und sind die Auflagen eingehalten?

Es gibt **keine** Betriebsgenehmigungen und zugehörnde Betreiberauflagen.

Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten oder sind Rechtsverstöße bekannt?

Wir halten penibel alle relevanten Gesetze und Verordnungen ein – es sind uns keine Rechtsverstöße bekannt.

Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bzgl. ökologischer Belastungen liegen vor?

Es gab noch nie Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anreiner:innen bzgl. ökologischer Belastungen.

Welche Kontroversen mit anderen Stakeholdern (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOS etc.) gibt es?

Es gab noch nie Kontroversen mit anderen Stakeholdern.

Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

Das Unternehmen hat nur einen Standort.

Verbesserungspotenziale:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

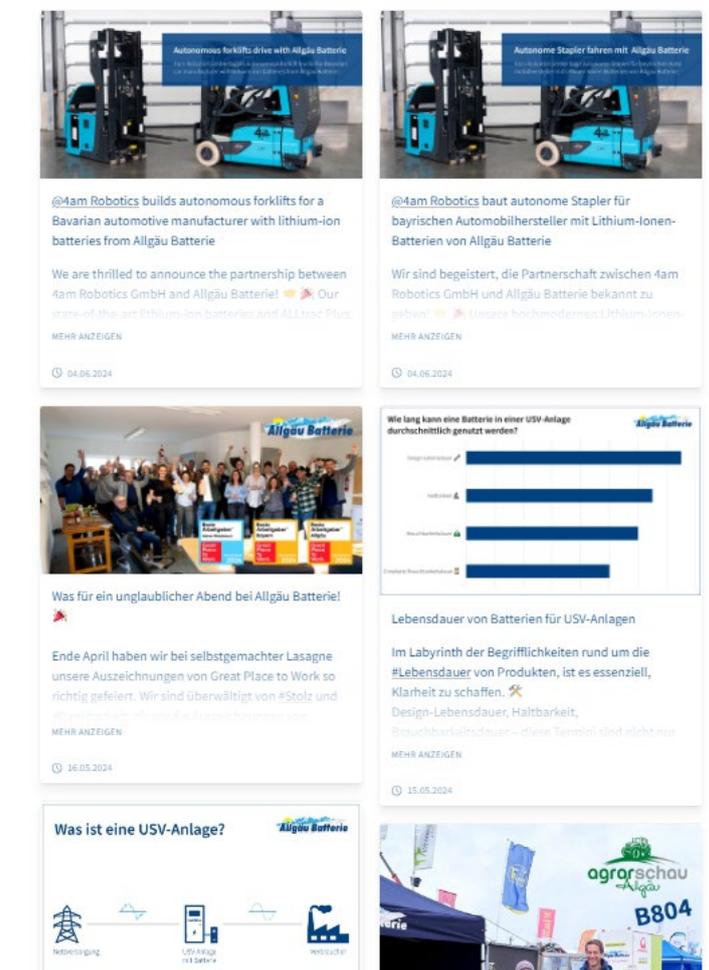
Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?

Mit der Thematik „Transparenz“ in diesem Zusammenhang haben wir uns noch nicht bewusst auseinandergesetzt. Mit der Erstellung des GWÖ-Berichts befassen wir uns mit den wichtigen oder kritischen Informationen für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen.

Wir veröffentlichen Informationen zu

- Unserer Unternehmenskultur
- Unternehmensentwicklung
- Aktuellen Themen bei der Energiewende
- Neuen Produkten
- Zertifizierungen
- Etc.

AKTUELLES



Autonomous forklifts drive with Allgäu Batterie
 @4am Robotics builds autonomous forklifts for a Bavarian automotive manufacturer with lithium-ion batteries from Allgäu Batterie

Autonome Stapler fahren mit Allgäu Batterie
 @4am Robotics baut autonome Stapler für bayrischen Automobilhersteller mit Lithium-Ionen-Batterien von Allgäu Batterie

Was für ein unglaublicher Abend bei Allgäu Batterie!
 Ende April haben wir bei selbstgemachter Lasagne unsere Auszeichnungen von Great Place to Work so richtig gefeiert. Wir sind überwältigt von #Stolz und #Pride für unsere Auszeichnung!

Wie lang kann eine Batterie in einer USV-Anlage durchschnittlich genutzt werden?

Anwendungsbereich	Durchschnittliche Nutzungsdauer
Industrie	~10 Jahre
Handwerk	~8 Jahre
Einzelhandels	~6 Jahre
Private Business	~4 Jahre

Was ist eine USV-Anlage?

agrarschau Allgäu B804

In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?

Berichtet wird über unseren Blog und unseren Broschüren auf unserer Website und sozialen Medien – also leicht zugänglich für Interessierte.

<https://www.allgaeubatterie.de/aktuelles/>

Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?

Berichte zur Unternehmenskultur (Kulturaudit) innerhalb der Benchmarkstudie werden durch Auditoren des Institut Great Place to Work überprüft.

Der GWÖ-Bericht wurde 2022 mittels einer Peer-Evaluation und 2024 durch ein unabhängiges Audit kritisch überprüft.

Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Der GWÖ-Bericht ist für alle Berührungsgruppen frei über unsere Webseite zugänglich.

Verpflichtende Indikatoren

Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

Letzte Veröffentlichung 08/2022 des GWÖ-Berichts. Die umfangreiche Version des Gemeinwohlberichts wird ist auf unserer Webseite veröffentlicht. Der Gemeinwohlbericht ist nicht beschönigend und erwähnt somit auch kritische Punkte.

Keines der folgenden Projekte ist absehbar bei Allgäu Batterie: Bauprojekte; Einführung neuer Produktionsprozesse, vor allem dann, wenn sie mit Risikostoffen oder starken Beeinträchtigungen der Umwelt verbunden sind; sonstige Eingriffe in die Natur; Standortverlagerungen; Beteiligungen an anderen Unternehmen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- GWÖ besser aufbereiten, dass es leichter verständlich wird (nach innen und außen)
- Weiterhin aktive Teilnahme an GWÖ-Maßnahmen der Regionalgruppe Allgäu
- Zusätzlich auch den Audit-Bericht zusätzlich zur GWÖ-Bilanz veröffentlichen



<p><i>Selbsteinschätzung</i></p> <p>Vorbildlich – 8 Punkte</p>	<p><i>Fremdeinschätzung</i></p> <p>Erfahren – 4 Punkte</p>
---	---

E4.2 Aspekt: Gesellschaftliche Mitentscheidung

Wie können Bürger:innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?

Bürger können mit uns persönlich oder über die gängigen Kommunikationsmittel, Telefon, E-Mail oder auch über die Website in Kontakt treten. Wir haben unsere Tür für Bürger immer offen.

Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

Jede Berührungs- und Interessensgruppe kann, ebenso wie Bürger, mit uns in Kontakt treten. Berührungsgruppen können in den direkten Kontakt mit der Geschäftsführung treten.

Beispielsweise gibt es Begehungen mit der örtlichen freiwilligen Feuerwehr und auch eine gemeinsame Übung hat bereits stattgefunden.

Wir sind in der Gemeinde sehr aktiv, was die Zusammenarbeit bei gemeinsamen Projekten anbelangt.

Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Es werden aktuell keine Ergebnisse des Dialogs dokumentiert. Grund hierfür ist, dass noch keine Bürger zu einem Dialog kamen. Wir sind jedoch offen für jeglichen Argumentationsaustausch.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitentscheidungsgrad)	
2022	2023
0%	0%

*Es bestand im Berichtszeitraum keine besondere Nachfrage von Mitentscheidungsmöglichkeiten zu den unternehmerischen Tätigkeiten.

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

Nein.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt	<i>Fremdeinschätzung</i> Erste Schritte – 1 Punkt
--	---

E4.3 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?

Informationen, die über das Unternehmen veröffentlicht werden, entsprechen der Realität – Differenzen zur Realität bestehen nicht.

Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?

Die öffentliche Meinung wird weder direkt noch indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst. Bewusste Fehlinformation widerspricht unserem Werteverständnis.

Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

Widersprüche sind nach unserem Kenntnisstand nicht vorhanden.

Verbesserungspotenziale:

Keine.



<i>Selbsteinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte	<i>Fremdeinschätzung</i> Basislinie – 0 Punkte
---	--

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

Wir möchten mit der Erstellung des GWÖ-Berichts ein erhöhtes Bewusstsein der Belegschaft zur Gemeinwohl-Ökonomie schaffen. Der GWÖ-Bericht soll auch weiterhin als Gruppenarbeit erstellt werden. Idealerweise durch die Kollegen, die tagtäglich mit den Themen zutun haben. Wir können uns für jeden Bereich in der Matrix einen "Paten" vorstellen, der die GWÖ so auch viel leichter im Alltag berücksichtigen kann. Für uns ist außerdem die Sichtbarmachung der Themen nach außen wichtig. Des Weiteren haben wir durch die Erstellung einen Rahmen geschaffen, in dem wir unser Engagement bewerten und verbessern können. Erste Verbesserungsvorschläge sollen in naher Zukunft umgesetzt werden. Einige Punkte sind in unserer Branche schwierig umzusetzen und es muss abgewogen werden, ob es für Allgäu Batterie überhaupt erstrebenswert ist, diese zu verbessern. Dennoch ist unser Anspruch an uns selbst sehr hoch.

Langfristige Ziele

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?

Allgäu Batterie soll ein Leuchtturm für gemeinwohlorientiertes Wirtschaften werden. Wir möchten durch unser Handeln zeigen, dass sich wirtschaftlicher Erfolg und Nachhaltigkeit auf allen Ebenen nicht widersprechen.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Als Basis wurde die Gemeinwohlbilanz von 2022 verwendet. Die Ausarbeitung und Aktualisierung hat ein Arbeitskreis übernommen. In diesem Arbeitskreis waren Mitarbeitende aus den verschiedensten Bereichen vertreten. Bei spezifischen Informationen wurden die entsprechenden Fachleute im Unternehmen befragt.

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

Personen	Aufwand
Manuel Diepolder	15 Stunden plus Audit
Simon Holdschick	14 Stunden
Andreas Albrecht	10 Stunden
Tobias Kinert	8 Stunden
Robin Mäusle	15 Stunden
Anja Mayr	15 Stunden
Lea Bender	18 Stunden
Andere Auskunftgebende in Summe	10 Stunden
Summe	105 Stunden

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Wird im ersten Schritt per internem Newsletter kommuniziert (da viele Mitarbeitende nicht am Standort sind) und voraussichtlich beim Reifenwechseltermin im Oktober, wenn in der Regel alle Mitarbeitenden vor Ort sind, persönlich vertieft.

Es gibt immer wieder Workshops und Veranstaltungen, bei denen wir intern die GWÖ prominent platzieren.