

Gemeinwohlbericht 2021 bis 2022

der

St.Rochus-Apotheke

Albrecht Binder e.K.

Bahnhofsallee 8

32839 Steinheim

www.sankt-rochus-apo.de

Wir bilanzieren unsere Apotheke wirtschaftlich immer im Kalenderjahr, die aktuellsten Bilanzzahlen sind also für die Jahre 2021 und 2022 verfügbar.

Alle Zahlen zur Buchführung werden direkt im Haus erfasst, ebenso die BWA's im Haus erstellt. Einmal jährlich gehen die Unterlagen an ein Steuerbüro, das dann die Bilanz und die Steuererklärungen erstellt.



ZERTIFIKAT

Externes Audit

Zertifikat gültig bis
31.07.2026

ZertifikatsID
fqia

ECONGOOD Bilanz

St.Rochus-Apotheke

Bahnhofsallee 8, DE 32839 Steinheim

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 30 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 60 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 30 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 60 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 90 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 0 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 60 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 70 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 40 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 90 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 70 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 50 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 20 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 40 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 50 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 60 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 50 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 40 %
				BILANZSUMME: 450

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 Michael Pelzl.

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

Hamburg, 29.07.2024

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

Inhaltsverzeichnis

1. Grundlegende Informationen zu unserem Betrieb.....	4
1.1 Eigentumsform.....	4
1.2 Umfang der veröffentlichten Zahlen und Daten.....	4
2. Unsere Selbsteinschätzung.....	4
3. Der Bericht zu den 20 Indikatoren der Gemeinwohlmatrix.....	5
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette.....	5
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette.....	5
A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette.....	6
A 2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette.....	7
A 2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten LieferantInnen.....	7
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette.....	9
A2.3 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant:innen.....	10
A 3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette.....	11
A 3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette.....	11
A3.2 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette.....	12
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	13
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant:innen.....	13
A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette	13
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	14
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung.....	14
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung.....	15
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner:innen.....	15
B 2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	19
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung.....	20
B2.2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln.....	21
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung.....	21
B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen.....	21
B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung.....	22
B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen.....	22
B4 Eigentum und Mitentscheidung.....	23
B 4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur.....	23
B4.2 Negativaspekt: feindliche Übernahme.....	24
C 1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	24
C1.1 Mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur.....	24
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz.....	26
C1.3 Diversität und Chancengleichheit.....	29
C1.4 Negativaspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen.....	30
C 2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	31
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes.....	31
C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit.....	33

C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und der Work-Life-Balance.....	34
C2.4 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	36
C 3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden.....	37
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit.....	37
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz.....	39
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung.....	40
C3.4 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens.....	41
C 4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	41
C 4.1 Innerbetriebliche Transparenz.....	41
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte.....	42
C 4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden.....	43
C4.4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates.....	43
D1 Ethische Kund:innenbeziehungen.....	44
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund:innen.....	44
D1.2 Barrierefreiheit.....	46
D1.3 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen.....	47
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen.....	49
D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen.....	49
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen.....	52
D2.3 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen.....	53
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen..	54
D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz).....	54
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz).....	54
D3.3 Negativaspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen....	55
D4 Kund:innenmitwirkung und Produkttransparenz.....	56
D4.1 Kund:innenmitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung.....	56
D4.2 Produkttransparenz.....	57
D4.3 Negativaspekt: Kein Ausweis von Gefahrstoffen.....	58
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	59
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben.....	59
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	60
E1.3 Negativaspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen.....	61
E2 Beitrag zum Gemeinwesen.....	62
E2.1 Steuern und Sozialabgaben.....	62
E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens.....	63
E2.3 Negativaspekt: Illegitime Steuervermeidung.....	65
E2.4 Negativaspekt: Mangelnde Korruptionsprävention.....	65
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	67
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management und Strategie.....	67
E3.2 Relative Auswirkungen.....	69
E3.3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	69
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung.....	70
E4.1 Transparenz.....	70
E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung.....	71
E4.3 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation.....	71

1. Grundlegende Informationen zu unserem Betrieb

1.1 Eigentumsform

Für Apotheken in Deutschland sind nur Rechtsformen mit persönlicher Haftung möglich, also der eingetragene Kaufmann (e.K.) oder die offene Handelsgesellschaft (oHG), bei der mehrere Kaufleute jeweils vollhaftend für das Unternehmen sind. Außerdem darf nur ein:e Apotheker:in mit deutscher Approbation (Berufszulassung) eine Apotheke besitzen. Eine Beteiligung von Mitarbeiter:innen oder von Betriebsfremden ist in jeglicher Art ausgeschlossen.

Die St. Rochus-Apotheke befindet sich diesen Regeln entsprechend komplett in meinem Besitz.

Relevante Zahlen zur wirtschaftlichen Situation von Apotheken und zur gesetzlichen Regelung der Preisgestaltung sind zu finden in der „[Broschüre "Die Apotheke: Zahlen Daten Fakten 2021"](https://www.abda.de/aktuelles-und-presse/zdf/)“ im Downloadbereich folgender Homepage: <https://www.abda.de/aktuelles-und-presse/zdf/>

1.2 Umfang der veröffentlichten Zahlen und Daten

Den Auditor:innen stellen wir alle relevanten betrieblichen Zahlen zur Verfügung. Diese Daten sind nicht in den veröffentlichten Bericht integriert, weil wir noch weit von einer gemeinwohlorientierten Wirtschaft entfernt sind und die Auswertung dieser Zahlen durch andere Unternehmen zu unserem Schaden sein könnte. Dennoch nehmen wir Bezug auf diese Daten und Zahlen an vielen Stellen im Bericht.

2. Unsere Selbsteinschätzung

Unsere Selbsteinschätzung lag dem Auditor vor dem Audit vor und wurde im Audit mit ihm besprochen. Differenzen wurden besprochen und flossen in die endgültige Bewertung der Bilanz mit ein.

3. Der Bericht zu den 20 Indikatoren der Gemeinwohlmatrix

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Unsere Werte in diesem Bereich: Menschlichkeit, Verantwortung, Ehrlichkeit, Fairness

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Die mit Abstand wichtigsten Beschaffungen sind die Arzneimittel, mit denen wir handeln. Sie machen bei uns etwa 69% des Umsatzes aus. In 2021 waren es bedingt durch die hohen Einnahmen durch die Covid-Testungen nur 65%. Es folgen in der Rangfolge die Lizenzgebühren (5,65%), Anlagenmiete (1,8%) und Gebühren (1,41%), die im Zusammenhang stehen mit der Entwicklung unserer Cannabisextrakte, sowie Miete (warm 1%), Wartungskosten (0,75%), KFZ-Leasing (0,73%), Porto (0,5%), Werbekosten (0,4%) und Beratungskosten (0,33%).

Auf die Auswahl verschreibungspflichtiger Arzneimittel haben wir keinen Einfluss. Die Therapiehoheit bzw. -freiheit von Ärzt:innen können und dürfen wir nicht beeinflussen. Im Gegensatz zu den verordneten Arzneimitteln können wir auf die Auswahl und Empfehlung der freiverkäuflichen Arzneimittel des Nebensortiments und unserer Dienstleistungen sowie aller Produkte, die wir für unsere tägliche Arbeit benötigen, direkt Einfluss nehmen.

Medikamente kann eine Apotheke einkaufen bei pharmazeutischen Großhändlern, die zwischen einmal und sechsmal pro Tag beliefern. Außerdem bieten viele Hersteller vor allem von apothekenpflichtigen Medikamenten den Direktbezug mit günstigeren Rabatten an. 83% (2021) bzw. 80% (2022) der bezogenen Packungen unterlagen der Verschreibungspflicht. Sie machten etwa 78% (2021) und 85% (2022) des Umsatzes aus. Hier hat die Apotheke keine Wahlmöglichkeit. Einflussmöglichkeiten hat die Apotheke bei der Auswahl der apothekenpflichtigen Medikamente (8,75% (2021) bzw. 10,75% (2022) der Packungen und 3 % (2021) bzw. 3,5% (2022) des Umsatzes) und bei den apothekenüblichen Waren wie Kosmetika und Nahrungsergänzungsmitteln (6,5% (2021) bzw. 8,3% (2022) der Packungen und 2,7% (2021 bzw. 2,8% (2022) des Umsatzes).

Berichtsfragen

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

Als Handelsbetrieb kaufen wir fast alle Produkte zu. Zunehmend stellen wir allerdings in unserer Apotheke selber Individualarzneimittel her. Dies betrifft vor allem den Bereich Cannabis. So betrug dieser Anteil im Bilanzzeitraumes ca. 20% des Umsatzes.

Die NOWEDA ist der zweitgrößte pharmazeutischen Großhändler in Deutschland und der einzige komplett genossenschaftlich organisierte Großhändler. Genoss:innen sind per Satzung nur Apotheker:innen. Über die Genossenschaftsversammlung wird der Weg der NOWEDA bestimmt, die Eigenkapitalquote der NOWEDA ist mit fast 40% extrem hoch.

Wir schreiben unseren Umsatz in der Regel alle zwei Jahre aus und laden mehrere Großhändler ein, an der Ausschreibung teilzunehmen. Neben den Rabatt- und Skontokonditionen sowie Retourenkonditionen sind uns dabei weitere Serviceangebote wie Schulungsmöglichkeiten und Unterstützung in fachlichen Fragen wichtig.

In unserer Ausschreibung für die Jahre 2022 und 2023 haben wir die Großhändler wieder aufgefordert, das Engagement ihrer Firma zum Thema ökologische Nachhaltigkeit, Ausgliederung des Fuhrparks und Engagement für die Gemeinwohlökonomie zu beschreiben. Die Antworten hatten einen deutlichen Stellenwert in der Beurteilung und haben letztendlich dazu geführt, dass das Ergebnis anders ausfiel, als es bei Betrachtung ausschließlich der Finanzparameter gewesen wäre.

Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

In der Großhandelsausschreibung gab es Fragen zu diesem Thema. Auf Herstellerebene haben wir im Bilanzzeitraum keine Abfrage gestartet, sondern planen dies erst wieder zu Beginn des Jahres 2023.

Fest steht, dass die Arbeitsbedingungen in der pharmazeutischen Industrie bei den Produzenten in Europa unter sozialen Bedingungen überdurchschnittlich gut sind. Wie es bei den Herstellern der chemischen Wirkstoffe in Indien und China aussieht, dazu haben wir keine verlässlichen Aussagen. Es gibt immer wieder Berichte, die ein schlechtes Licht auf Arbeitsbedingungen in Indien und China werfen, allerdings behaupten die Hersteller in Deutschland, dass sie ihre Zulieferer kontrollieren.

Auch bei unserem pharmazeutischen Großhändler sind die Arbeitsbedingungen gut, es gelten Tarifverträge, zusätzlich hat unser Lieferant, die Apothekergenossenschaft NOWEDA weitere Sozialprogramme für die Mitarbeitenden aufgelegt. (Siehe NOWEDA.de)

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

Diese Frage wird zu Beginn des Jahres 2023 gegenüber Herstellern thematisiert.

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

Wir haben keinen direkten Einfluss auf die Hersteller:innen und Lieferant:innen von Arzneimittel. Wir stellen fest, dass die Themen Menschenwürde und Nachhaltigkeit inzwischen auch in der pharmazeutischen Industrie einen Stellenwert bekommt und hoffen, dass unsere Umfrage zu Beginn des Jahres 2023 nicht mehr weitgehend ignoriert wird, wie das vor fünf Jahren der Fall war, sondern einen Beitrag dazu leistet, dass das Bewusstsein für Menschenwürde und Nachhaltigkeit insgesamt wächst.

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Im Bereich der Arzneimittel und auch aller anderen apothekenpflichtigen Waren gibt es keine Öko-, Bio- oder Sozial-Labels.

Bei allen Verbrauchsmaterialien bzw. den verzehrten Lebensmitteln achten wir auf diese Kriterien, sofern die Produkte mit den entsprechenden Labels auf dem Markt sind.

A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

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

Zwei Bereiche sind kritisch in unserer Zulieferkette: Die Rohstoffproduktion (Wo und wie werden Arzneistoffe hergestellt, wo und wie werden Arzneipflanzen angebaut) sowie die Auslieferung der Produkte an uns. Produktion und Anbau finden fast ausschließlich im Ausland statt und lassen sich

schwer kontrollieren. Die Auslieferung erfolgt durch Speditionsunternehmen (DHL, Transoflex, Hermes,...) sowie lokale Kleinunternehmen, die die Lieferungen für den Großhandel übernehmen.

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

Wir beziehen Gütesiegel bei den Kaufentscheidungen ein bei allen Produkten, wo dies möglich ist.

Verifizierungsindikator

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

Hierzu können wir keine Aussage treffen.

A 2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Unsere Werte in diesem Bereich: Ehrlichkeit, Zusammenarbeit, Zuverlässigkeit

A 2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten LieferantInnen

Berichtsfragen

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

Wir machen grundsätzlich alle zwei Jahre eine Ausschreibung unter unseren möglichen Großhändlern. Die Ergebnisse dieser Ausschreibung werden vor dem Abschluss nicht nachverhandelt. Das bedeutet, dass der Großhandel ein Angebot abgibt, zu dessen Bedingungen er bereit ist, zwei Jahre lang zu liefern.

In diesen zwei Jahren gibt es Nachverhandlungen nur bei Änderungen der gesetzlichen Rahmenbedingungen. Wenn sich die Marktbedingungen des Großhandels in den letzten Jahren unvorhergesehen geändert haben, waren wir auch außer der Reihe bereit, ihm mit Zugeständnissen entgegenzukommen.

In unserer Ausschreibung für die Jahre 2022 und 2023 haben wir die Großhändler wieder aufgefordert, das Engagement für soziale und ökologische Nachhaltigkeit zu beschreiben. Die Antworten hatten einen deutlichen Stellenwert in der Beurteilung und haben letztendlich dazu geführt, dass das Ergebnis anders ausfiel, als es bei Betrachtung ausschließlich der Finanzparameter gewesen wäre.

Bei allen anderen Direktlieferanten gibt es keine Möglichkeit über die Ausgestaltung der Geschäftsbeziehungen zu verhandeln. Preise, Bezahlung und Lieferung wird von den Firmen vorgegeben und wir akzeptieren das. Mit allen Firmen, bei denen wir regelmäßig beziehen, haben wir Bankeinzug vereinbart.

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

Vollständig. Alle Preise sind verhandelt und bei Direktkäufen Angebotspreise der Hersteller. Wir zahlen immer pünktlich unter Einhaltung aller Skontofristen und haben allen wichtigen Partner:innen SEPA-Lastschriftmandate erteilt (ca.85% des EK-Volumens).

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

Auf die Preisgestaltung von Medikamenten haben Apotheken keinerlei Einfluss. Der Preis wird ausschließlich vom Hersteller bestimmt, die Aufschläge für die Großhändler und die Apotheken sind gesetzlich geregelt. (<https://www.gesetze-im-internet.de/ampreisv/BJNR021470980.html>)

Die Pharmabranche wird allgemein sehr kritisch gesehen. Neue Medikamente werden zu sehr hohen Preisen auf den Markt gebracht und zeigen oft viel weniger Nutzen und viel mehr Nebenwirkungen als ursprünglich behauptet. Außerdem nahm die Pharmaindustrie über Jahrzehnte massiv Einfluss auf das Verschreibungsverhalten der Ärzte. Dies wird sich durch das neue Antikorruptionsgesetz bessern. Es bleiben die extrem hohen Gewinne in dieser Branche, die in aller Regel nicht gemeinwohlorientiert verwendet werden.

Mit der Ausrichtung dieser großen Firmen bin ich in vielen Punkten nicht einverstanden. Unter Gemeinwohlgesichtspunkten gibt es da viel zu kritisieren. Aber nach meinem Kenntnisstand gibt es wenigstens keine Berichte über Menschenrechtsverletzungen.

Der Anteil an der Wertschöpfungskette ist bei Arzneimitteln weder für die Großhandlungen noch für die Apotheken fair. Jahr für Jahr steigt der Anteil der Hersteller. Immer wieder versuchen die pharmazeutischen Hersteller, neben Preiserhöhungen auch noch durch weitere Maßnahmen wie Skontokürzungen und Verringerung der Zahlungsziele, ihren Teil vom Kuchen zu erhöhen, obwohl sie in aller Regel Gewinne im zweistelligen prozentualen Bereich einfahren.

Verifizierungsindikatoren

durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant:innen

Mit einigen wichtigen Lieferant:innen (NOWEDA, Wepa, GreenPlanet Energy,...) haben wir Geschäftsbeziehungen seit über 30 Jahren. Einige Cannabisfirmen existieren erst seit zwei oder drei Jahren. Der Durchschnitt liegt wahrscheinlich bei über 15 Jahre

geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant:innen

(Quelle:

https://www.abda.de/fileadmin/user_upload/assets/ZDF/ZDF21/ZDF_21_30_Preisbildung_bei_Fertigarzneimitteln.pdf)

Hersteller: 67,3% (bei 19% MwSt)

Großhandel: 3% (bei 19% MwSt)

Apotheken: 13,9% (bei 19% MwSt)

Staat (MwSt): 16% (bei 19% MwSt)

Rezeptfreie, apothekenpflichtige Arzneimittel sind seit Inkrafttreten des GKV-Modernisierungsgesetzes im Jahr 2004 grundsätzlich von der Erstattung durch die Gesetzliche Krankenversicherung (GKV) ausgeschlossen. Seither unterliegen sie auch nicht mehr den Regelungen der AMPPreisV. Der Gesetzgeber hat die Verkaufspreise für OTC-Präparate zur Selbstmedikation (OTC = over the counter = über den Handverkaufstisch) freigegeben. Jede einzelne Apotheke kann ihre Preise eigenverantwortlich kalkulieren.

(<https://de.wikipedia.org/wiki/Arzneimittelpreisverordnung>)

Die Preiskalkulation des Apothekers für einzelne Medikamente oder das gesamte Sortiment kann verschiedene betriebswirtschaftliche und wettbewerbliche Aspekte beinhalten. So können die Einkaufskonditionen eines Produktes je nach Hersteller, Großhändler, Bestellmenge oder Saison variieren. Ein Zuschlag kann sich nach den Personal- oder Sachkosten in der Apotheke richten. Auch die Konkurrenzsituation, die durch das Angebot und die Preise benachbarter Apotheken bestimmt wird, kann die eigene Preiskalkulation beeinflussen. Nicht zu vergessen beim Apothekenverkaufspreis sind auch die 19 Prozent Mehrwertsteuer, die in Deutschland für sämtliche Arzneimittel gleichermaßen vom Staat erhoben und von der Apotheke abgeführt werden müssen.

Die obige Aufstellung der prozentualen Verteilung der Wertschöpfung an Medikamenten zeigt einen Durchschnittswert der Wertschöpfung über alle Arzneimittel, wobei die Werte bei verschreibungspflichtigen Arzneimitteln eher in Richtung Hersteller verschoben sind. Bei den OTC-Präparaten hat die Apotheke einen etwas höheren Anteil.

Wir halten uns in etwa an die vom Hersteller empfohlenen Verkaufspreise mit einem minimalen Aufschlag und machen andererseits monatlich auch Angebote für saisonale Medikamente, um gerade bei den akut benötigten Präparaten auch konkurrenzfähig zu den Internetapotheken zu sein.

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

Berichtsfragen

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

~~Wir haben uns im lokalen Bereich sehr für die GWÖ eingesetzt. Nach der Gründung der Stiftung Gemeinwohl-Ökonomie NRW haben wir dort das Projekt Gemeinwohl-Region-Kreis Höxter ins Leben gerufen. Dies hat zwar nicht direkt Einfluss auf unsere Lieferkette mit Arzneimitteln, hinterlässt aber auch dort einen Eindruck und führt zu Beschäftigung mit dem Thema Nachhaltigkeit.~~

In jedem Gespräch mit Außendienstlern von Pharmafirmen ist Nachhaltigkeit und Gemeinwohlökonomie ein Thema. Wir haben inzwischen mehrere hundert Exemplare der „Gemeinwohl-Ökonomie“ von Christian Felber verschenkt und denken, damit immer wieder Anreize für neues Denken zu setzen.

Außerdem eruierten wir in unserem Lieferantenfragebogen den Umgang unserer Lieferant:innen mit diesem Thema, nächstmalig Anfang 2023.

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

Unser Einfluss ist begrenzt. Wir achten beim Einkauf auf entsprechende Siegel oder Hinweise der Lieferant:innen und fragen bei allen Firmen, die eine Geschäftsbeziehung mit uns eingehen wollen nach ihrem Engagement in diesem Bereich.

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

Sollten uns Missstände bekannt werden beenden wir die Geschäftsbeziehung.
Bei verschreibungspflichtigen Arzneimitteln sind wir allerdings verpflichtet, das vom Arzt verordnete Medikament zu besorgen und abzugeben. Hier können wir Kontakte zu den Ärzt:innen aufnehmen und sie für eine Änderung ihrer Verschreibung gewinnen, sofern dies möglich ist. In der Praxis ist das noch nicht vorgekommen.

Verifizierungsindikatoren

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

Diese Siegel gibt es in unserem Bereich nur bei Lieferant:innen von Verbrauchsmaterial, nicht für Arzneimittel und Arzneistoffe.

Einzig der Kaffee, den wir einkaufen, trägt folgende Siegel:



Quelle: Fairtrade Deutschland e.V. (k.A.)

Das Fairtrade-Siegel ist wahrscheinlich das bekannteste dieser Kategorie. Es hat den Anspruch Produkte herzustellen, die vollständig aus fair produzierten Inhaltsstoffen bestehen. Bei verarbeiteten Produkten sind die jeweiligen Zutaten und deren Herkunft genau gekennzeichnet. Auf sozialer Ebene bewirkt das Siegel gerechte Arbeitsbedingungen und Bezahlung sowie Kinderschutz durch ein Verbot von Kinderarbeit. Außerdem werden Gewerkschaften und soziale Bewegungen unterstützt und Diskriminierung verboten. Neben diesen Bemühungen gilt es ökologisch anzubauen, unter

anderem durch den Verzicht auf bestimmte Pestizide und Gentechnik, sowie die Unterstützung von Bio-Anbau. Besonders ist dieses Siegel auch, da es versichert alle Produktions- und Handelsschritte zurückverfolgt zu haben um somit zu versprechen, dass die Kriterien stets eingehalten werden. Händlern wird auch durch Vorfinanzierung wirtschaftlich unter die Arme gegriffen.



Quelle: Utopia (2018)

Das Gepa Siegel Fair + richtet sich an eine Reihe von Kriterien. Im Zentrum steht die faire Bezahlung der BäuerInnen und HändlerInnen durch einen überdurchschnittlichen Lohn und langjährige Partnerschaften. Auch zinslose Kredite werden den PartnerInnen in Form einer Vorauszahlung der Waren gewährt. Die Organisation geht zudem besonders auf solche Unternehmer und Nationen zu, die bisher nur schwer Zugang zum Weltmarkt erlangen konnten. Neben organisatorischen Inhalten bietet Gepa auch eine Beratung zu wirtschaftlichen Themen wie Markttrends an und unterstützt neue Projekte und Kontakte zu Hilfsorganisationen, um PartnerInnen nachhaltig zu schulen und zu unterstützen. Somit helfen sie beispielsweise bei der

Kinderbetreuung der ArbeiterInnen oder dem Umstieg auf nachhaltigere Produktionsmethoden.

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

Großhandelsanteil am Umsatz, also 67% (2021) bzw. 70% (2022).

A2.3 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant:innen

Wir haben keine relevante Marktmacht, die wir ausnutzen könnten. So beliefert unsere Großhandelsniederlassung beispielsweise 500 Apotheken. Davon sind wir eine. Bei allen Lieferant:innen ist unser Einkaufsvolumen viel zu gering, als dass wir in der Position wären, eine Marktmacht zu sein. Die Vernetzung der Apotheker:innen untereinander ist so gering, als dass man eine Marktmacht ausspielen könnte.

A 3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Unsere Werte in diesem Bereich: Achtsamkeit, Fairness, Verantwortung

A 3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Bei den verschreibungspflichtigen Medikamenten haben wir keinerlei Einfluss auf das Verschreibungsverhalten der Ärzt:innen und somit auf die Abgabe in unseren Apotheken. Wohl aber bei den apothekenpflichtigen und freiverkäuflichen Medikamenten. Hier haben wir unsere Empfehlungen ausgerichtet auf Produkte aus dem Bereich der Naturheilverfahren, Phytotherapie und Komplexhomöopathie. Die Herstellung dieser Medikamente ist ökologisch weniger problematisch und die Firmen sind in aller Regel mittelständische Betriebe, die nicht börsennotiert sind.

Wir haben uns bewusst für die Belieferung durch einen einzigen Großhandel entschieden (dadurch entfallen viele Fahrten) und beziehen dort alle Waren, die uns der pharmazeutische Großhandel liefern kann. Ausnahmen (ca. 1% des Umsatzes mit apothekenpflichtigen und freiverkäuflichen Medikamenten sowie dem Nebensortiment) sind Präparate, die unser Großhandel kurzfristig nicht vorrätig hat bzw. wo wir ganz spezielle Vereinbarungen mit den Herstellern haben. Der Anteil der Ware am Umsatz, die der Großhandel nicht liefern kann, ist in den Jahren allerdings gestiegen, weil die Hersteller beispielsweise hochpreisige Medikamente nur direkt liefern, um die Großhandelsmarge auch noch mitzunehmen. Auch Cannabis zählt in diese Gruppe. Dieser Anteil betrug im Jahr 2021 33% und im Jahr 2022 30% und ist somit gegenüber 2020 (35%) wieder leicht gefallen.

Durch den Verzicht auf Direktlieferungen im OTC-Bereich verlieren wir zwar Rabatt, sparen aber Transporte, Verpackung und Personalkosten für Verhandlungen, Verbuchen und Verräumen der Großvorräte.

Unser Großhandel ist die Firma NOWEDA mit Sitz in Essen. Beliefert werden wir von der Niederlassung in Herford. Der Anfahrtsweg ist mit 30-45km zu den Apotheken im bestmöglichen Bereich, Mitbewerber sitzen in Porta-Westfalica (35-50km), Bielefeld (25-50km), Osnabrück (90-100km), Gelsenkirchen (135-170km) und in Alzenau (280km).

Wir nutzen nicht alle Touren, die uns die NOWEDA zur Lieferung anbietet (66%) und drängen schon seit vielen Jahren alle Großhandlungen dazu, die Zahl der Touren aus Umweltschutzgründen zu reduzieren. Seit 2022 setzt ein Umdenken bei den Großhandlungen ein, die hohen Energiekosten finden endlich auch Eingang in die Gespräche und Preisverhandlungen zwischen Großhandel und Apotheken.

In unsere Lieferant:innenbewertung und Ausschreibung fließt mit ein, wie weit die Medikamente transportiert werden müssen. Ein Großhandel, der uns nur über Nacht aus 280km Entfernung

beliefern kann, fällt aus der Ausschreibung heraus. Zudem bräuchte ich bei diesem Großhandel noch einen Zweitgroßhändler, um Defekte zu einer zweiten Zeit am Tage geliefert zu bekommen.

Medikamente, die unser Großhandel in der Niederlassung Herford nicht vorrätig hat, lässt er über Nacht aus anderen Filialen zuliefern, sodass Direktbestellungen beim Hersteller für uns sehr selten sind.

Werbekosten: Seit 2019 haben wir für die St.Rochus-Apotheke nur noch eine monatliche halbseitige Anzeigen in der Wochenzeitung sowie 500 Flyer zur Verteilung direkt in der Apotheke. Dadurch haben wir die ökologischen Auswirkungen in diesem Bereich minimiert.

Beratungskosten: Unsere regelmäßigen Berater (Steuer, Recht) haben wir uns in direkter Umgebung gesucht, sodass so gut wie keine CO2-Emissionen für Besuche oder Transport anfallen.

Rest: Büromaterial kaufen wir grundsätzlich bei MEMO, einem ökologisch orientiertem Bürohändler, der zum Beispiel Waren in großen Kunststoffkisten per DHL versendet, die dann am Folgetag wieder abgeholt und weiterverwendet werden. Wir verwenden grundsätzlich Umweltschutzpapier, verwenden einseitig bedrucktes Papier als Papier für interne Ausdrücke wie Listen und Protokolle und untersuchen jegliches Büromaterial auf Notwendigkeit und ökologisch vertretbare Alternative.

	<p>Kopierpapier</p>	<p>Der "Blaue Engel" kennzeichnet Produkte und Dienstleistungen, die in einer ganzheitlichen Betrachtung besonders umwelt- und gesundheitsverträglich sind.</p>	<p>https://www.bmu.de/themen/nachhaltigkeit-digitalisierung/konsum-und-produkte/blauer-engel</p>
	<p>Etiketten für die Rezeptur Smooth Panda Toilettenpapier</p>	<p>Letzteres kennzeichnet Waldprodukte als Erzeugnisse von Forstbetrieben, die nach FSC-Kriterien zertifiziert sind. Außer Holz können auch Nebenprodukte des Waldes, wie Harz, Reisig, Beeren oder Pilze, zertifiziert werden. Inzwischen gibt es drei FSC-Siegel: <i>FSC Recycle</i>, <i>FSC Mix</i> und <i>FSC 100 %</i></p>	<p>https://de.wikipedia.org/wiki/Forest_Stewardship_Council</p>
		<p>Mit dem EU Ecolabel sollen Verbraucher*innen die Möglichkeit haben, umweltfreundlichere und gesündere Produkte identifizieren zu können. Das Spektrum reicht von Reinigungsprodukten über Elektrogeräte, Textilien, Schmierstoffe, Farben und Lacke bis zu Beherbergungsbetrieben und Campingplätzen.</p>	<p>https://eu-ecolabel.de</p>

A3.2 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

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

Wir haben keine Auswahlmöglichkeit, weil die Verordnung durch Ärzt:innen und die Rabattverträge der Krankenkassen für uns bindend sind. Bei sachgemäßer Produktion sind keine besonders hohen Auswirkungen auf die Umwelt zu erwarten. Durch das neue Lieferkettengesetz erwarten wir, dass auch die Hersteller in Zukunft über ihre Vorlieferant:innen informieren.

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

Im OTC- Verkauf forcieren wir pflanzliche und homöopathische Arzneimittel, die produktionsbedingt wesentlich geringere Auswirkungen haben.

Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen

Hier muss man die Frage stellen, was unverhältnismäßig in diesem Zusammenhang heißt. Für ein lebenswichtiges Medikament wird man größere Auswirkungen in Kauf nehmen als für ein Life-Style-Produkt. Vermeidbare Auswirkungen durch mangelhafte oder unterlassene Klärung der Produktionsabwässer ist nicht tolerabel.

Einen Prozentsatz dieser Mängel können wir nicht angeben.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Unsere Werte in diesem Bereich: Zusammenarbeit, Zuverlässigkeit, Ehrlichkeit, Fairness

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant:innen

Berichtsfragen

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

Für die Erstellung von Angeboten des Großhandels sind unsere entsprechenden Umsatzzahlen wichtig sowie die Verteilung des Umsatzes über verschiedene Arzneimittelgruppen, wie hochpreisige Arzneimittel, kühlkettenpflichtige Arzneimittel und Betäubungsmittel. Diese Zahlen stellen wir selbstverständlich vor den Ausschreibungen zur Verfügung. Ansonsten sind unsere Zahlen für den Geschäftsverkehr mit unseren Lieferant:innen uninteressant.

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

Dieser Bereich entfällt in Apotheken

Wie zufrieden sind Lieferant:innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

Nach unseren Rückmeldungen aus den regelmäßigen Gesprächen mit dem Außendienst des Großhandels ist dieser mit unserer Informationspolitik vollständig zufrieden.

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

Die Preise für verschreibungspflichtige Arzneimittel sind auf allen Ebenen reguliert und somit vollkommen transparent. Was allerdings völlig im Dunkeln liegt sind die Kosten der Arzneimittelhersteller:innen. Eine Einflussnahme auf die Preisgestaltung der Hersteller:innen ist nicht möglich.

Berichtsfragen

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

Keine, weil keine Einflussmöglichkeit vorhanden ist

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

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

s.o.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt
gibt es nicht

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

Nur mit unserem Großhändler NOWEDA im Rahmen der Ausschreibung und bei persönlichen Gesprächen mit dem Außendienstmitarbeiter. Thema ist beispielsweise die gemeinsame Problematik, dass der Transport der Ware an Subunternehmen ausgegliedert wird und der Fahrer kein Interesse hat, das Leergut regelmäßig mitzunehmen. Dies führt bei uns zu Platzproblemen und im Großhandel zu Mangel an Leergut. Grund ist die mangelnde Identifikation der Mitarbeitenden mit ihrer Arbeit.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Unsere Werte in diesem Bereich: Ehrlichkeit, Fairness, Verantwortung

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Berichtsfragen

Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?

Ich entnehme aus dem Betrieb nur einen Betrag, den wir im Team besprochen haben. Dieser Betrag entspricht etwa dem Tarifgehalt eines Vollzeitapothekers in der höchsten Tarifstufe. Der Rest verbleibt in der Firma und erhöht das Eigenkapital.

Die Eigenkapitalquote ist dadurch in den vergangenen beiden Jahren seit der letzten GWÖ-Bilanz gestiegen von etwa 25% in 2017 auf 70% in 2022.

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

Keine weiteren. Unsere Quote ist extrem gut.

Verifizierungsindikatoren

Eigenkapitalanteil

69,8% (2021)

durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

Nach Auskunft unseres Steuerberaters ist jede Eigenkapitalquote über 30% sehr gut. Über den durchschnittlichen Eigenkapitalanteil der Branche gibt es keine Angaben.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Berichtsfragen

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

~~Eine Beteiligung durch Mitarbeiter:innen, Kund:innen oder Lieferant:innen ist rechtlich nicht möglich.~~ Theoretisch wäre eine Finanzierung über private Darlehen möglich gewesen, aber alle im Bilanzzeitraum angestoßenen Projekte haben wir über Eigenkapital finanziert.
~~Zur grundsätzlichen Finanzierung und für das Tagesgeschäft haben wir überlegt, mit Ethikbanken ins Gespräch zu gehen, allerdings brauchen wir auf jeden Fall auch eine Bank vor Ort.~~
~~Im Jahr 2020 hat die Vereinigte Volksbank im Kreis Hörter ihre erste Gemeinwohlbilanz erstellt und wir sind konsequenterweise im Jahr 2021 zu dieser Bank gewechselt.~~

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Im Laufe des vergangenen Bilanzzeitraumes wurden alle Fremdkredite getilgt. Wir sind komplett eigenfinanziert.

Alle Investitionen, die in Zukunft anfallen, werden aus Eigenmitteln finanziert.

Verifizierungsindikatoren

Fremdkapitalanteil (%-Anteil Fremdkapital)

7,5% im Jahr 2021 und 0% im Jahr 2022 (Fremdmittel mit Laufzeit über einem Jahr im Verhältnis zu Fremdmittel plus Rückstellungen plus Eigenkapital)

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (in Tsd. EUR)

Die genauen Zahlen werden im Audit vorgelegt.

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner:innen

Zur grundsätzlichen Finanzierung und für das Tagesgeschäft haben wir überlegt, mit Ethikbanken ins Gespräch zu gehen, allerdings brauchen wir auf jeden Fall auch eine Bank vor Ort.

Im Jahr 2020 hat die Vereinigte Volksbank im Kreis Höxter ihre erste Gemeinwohlbilanz erstellt und wir sind konsequenterweise im Jahr 2021 zu dieser Bank gewechselt.

Berichtsfragen

Welche Finanzpartner:innen hat das Unternehmen?

- A) Verbund-Volksbank OWL
- B) Vereinigte Volksbank
- C) Helvetia Versicherung
- D) KfZ-Versicherung Allianz
- E) Renault-Leasingbank, Opel-Bank, Hyundai Capital
- F) R+V Rentenversicherung

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

A) Die V-VB hat sich bereits 2017 auf den Weg zu einer Nachhaltigkeitsbilanzierung gemacht. Mit dem Nachhaltigkeitskompass, der 2017 erstmalig erhoben wurde, wurden ethisches Handeln und Nachhaltigkeit erstmalig bilanziert. Über eine Wiederholung in den Folgejahren ist ein Verlauf und eine Entwicklung abbildbar. Leider scheint der Prozess jedoch nicht weiter verfolgt zu werden, deswegen sind wir zur Vereinigten Volksbank gewechselt.

B) Die Vereinigte Volksbank hat eine Gemeinwohlbilanz erstellt und geht diesen Weg konsequent weiter. Den Bericht kann man auf dieser Seite herunterladen : <https://www.v-vb.de/wir-fuer-sie/nachhaltigkeit/gemeinwohl-bilanz.html>

Die Bank hat im vergangenen Jahr auch ihren eigenen CO₂-Fußabdruck ermittelt. Also die Menge CO₂-, die durch die Bank selbst und ihre betriebliche Tätigkeit in die Atmosphäre ausgestoßen wird. Für das Jahr 2021 ergaben sich insgesamt 692 Tonnen. Das entspricht in etwa dem Gewicht von 500 Mittelklasse-Autos oder ca. 17 vollbeladenen LKW.

Um die Auswirkungen der bereits angefallenen Emissionen auszugleichen, hat die Bank nach einer geeigneten Möglichkeit zur Kompensation gesucht. "Wir wollten eine sinnvolle Maßnahme unterstützen, und uns kein billiges grünes Label aufkleben", ergänzt Bankvorstand Birger Kriwet. "Wir wollten schnell und spürbar Wirkung erzeugen. Da ist es leider nicht genug, neue Bäume zu pflanzen. Diese brauchen schließlich erst ein paar Jahre zum Wachsen." Aus diesem Grund hat sich die Bank dazu entschieden, das Projekt Sekem in Ägypten zu unterstützen. Dort werden die eingesetzten Mittel dazu verwendet, Wüste zu fruchtbarem Land zurück zu verwandeln. Damit wirkt die Volksbank dort, wo die Folgen des Klimawandels am deutlichsten zu spüren sind, und hilft den Menschen, eine eigene Lebensgrundlage vor Ort zu erhalten.

C) Helvetia Versicherung

Bei der Helvetia-Versicherung haben wir unsere betrieblichen Versicherungen abgeschlossen (Betriebshaftpflicht und Inventarversicherung). Sie ist eine Schweizer Versicherung.

Sie haben einen Nachhaltigkeitsbericht geschrieben, den man auf der Seite nachlesen kann www.helvetia.com/corporate/web/de/home/ueber-uns/fokusthemen/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsstrategie.html

Sie schreiben auf ihrer website:

„Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie wollen wir einen Beitrag leisten, um den Klimawandel zu bekämpfen und um potenzielle negative Nachhaltigkeitsauswirkungen zu vermeiden oder zumindest zu reduzieren. Wir wollen unser Geschäft generell nachhaltiger aufstellen und auch die Chancen einer noch nachhaltigeren Unternehmensentwicklung stärker nutzen.

Um diesen Zielen gerecht zu werden, müssen wir uns mit verschiedenen Aspekten auseinandersetzen: Klimawandel und Umwelt, Nachhaltigkeitsrisiken, den sich wandelnden Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden und dem Wohlbefinden und den Bedürfnissen unserer Mitarbeitenden.“

Das MSCI ESG-Rating von Helvetia wurde auf «A» angehoben.

D) Allianz-Versicherung

Bei der Allianz haben wir die Elektrofahrzeuge der Apotheke versichert. Die Allianz hat einen GRI (Global Reporting Initiative) Nachhaltigkeitsbericht geschrieben (https://www.allianz.com/de/investor_relations/ergebnisse-berichte/nachhaltigkeitsbericht.html), der auch die U.N. SDGs im Blick hat.

E) Renault-Leasingbank, Opel-Bank, Hyundai Capital

Die für die Mitarbeitenden bzw. für die Auslieferung der Waren geleasteten Elektrofahrzeuge sind von den Firmen Renault, Opel und Hyundai. Das Leasing läuft über deren Leasingbanken. Eine Alternative gab es beim Leasing dieser Fahrzeuge nicht.

Auf der Website der Renault Bank findet sich kein Nachhaltigkeitsbericht. Jedoch hat das Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMW) eine Studie durchgeführt und kam zu folgendem Ergebnis:

„Nachhaltig unterwegs: Die Automobilbank Mobilize Financial Services (neuer Markenname von RCI Banque S.A. Niederlassung Deutschland) ist in der Studie "Deutschlands Beste - Nachhaltigkeit 2022" ausgezeichnet worden (Focus 29/22).“

In der vom Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF) durchgeführten Studie von Focus Money und Deutschland Test wurden verschiedene Aspekte der ökologischen, ökonomischen und sozialen Nachhaltigkeit untersucht.

Ausgezeichnet wurden in der Deutschlandtest-Studie die Unternehmen, die als "besonders nachhaltig agierend" wahrgenommen werden. Dafür wurden 19.000 Unternehmen und Marken vom 1. März 2021 bis zum 28. Februar 2022 mittels der Methode des Social Listening auf Nachhaltigkeit hin untersucht.“ (<https://www.presseportal.de/pm/125761/5317671>)

Auch das Wirtschaftsmagazin „Focus Money“ hat die RCI Banque Deutschland mit dem Siegel „Nachhaltiges Engagement – Prädikat Stark“ ausgezeichnet. (<https://direktbanken-vergleich.at/2019/05/15/renault-rci-banque-auzeichnung/>)

In der Studie Nachhaltigkeit und Verantwortung von Finanzdienstleistern 2022 der ServiceValue GmbH in Kooperation mit Focus Money erhielten in der Gesamtbewertung die Allianz-Versicherung und die Opel-Bank mit 42 anderen ein sehr gut, die RCI_Banque (Renault Bank) mit 47 anderen ein gut, wohingegen die HyundaiCapital Bank Europe sowie 73 andere auch keine Bewertung erhielt. Die spezifischen Items zum Thema „Nachhaltigkeit“ beziehen sich nicht nur auf das gängige Drei-Säulen-Prinzip: ökonomisch, ökologisch, sozial verantwortlich, sondern berücksichtigen zudem die Säulen: Mitarbeiter- und Kundenorientierung, wodurch der Nachhaltigkeitsaspekt im wirtschaftlichen Kontext umfänglich betrachtet wird.

Die Einzelwertungen sehen wie folgt aus:

Ökonomische Nachhaltigkeit

RCI - gut

Allianz – sehr gut

Opel Bank – keine Wertung

Hyundai Capital Bank Europe - keine Wertung

Sozialverantwortliches Handeln

RCI – keine Wertung

Allianz – gut

Opel Bank – gut

Hyundai Capital Bank Europe – keine Wertung

Ökologische Nachhaltigkeit

RCI – gut

Allianz – sehr gut

Opel Bank – sehr gut

Hyundai Capital Bank Europe - keine Wertung

Nachhaltige Mitarbeiterorientierung

RCI – keine Wertung

Allianz – sehr gut

Opel Bank – gut

Hyundai Capital Bank Europe - keine Wertung

Nachhaltige Kundenorientierung

RCI -sehr gut

Allianz – sehr gut

Opel Bank – sehr gut

Hyundai Capital Bank Europe – keine Wertung

F) R+V Rentenversicherung

Für den Bereich Vermögenswirksame Leistungen gibt es einen Rahmenvertrag zwischen der R+V-Versicherung und Apotheken, dem viele Mitarbeiter:innen beigetreten sind. Die R+V-Versicherung gehört zum Genossenschaftsverbund der Volksbanken.

Die R+V veröffentlicht seit 2013 jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht. Darin stellen sie ihre Kennzahlen, Vorhaben und Projekte zu ihrem nachhaltigen Engagement vor. Alle bisher veröffentlichten Berichte der R+V entsprechen den weltweiten Richtlinien für Nachhaltigkeitsberichterstattung der [Global Reporting Initiative \(GRI\)](https://www.ruv.de/ueberuns/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsbericht). (<https://www.ruv.de/ueberuns/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsbericht>)

Ferner haben sie einen [Verhaltenskodex](#) und eine Grundsatzerklärung zu sozialer Verantwortung und Menschenrechten, die sie gemeinsam in der DZ BANK Gruppe und der R+V Versicherungsgruppe verabschiedet haben. Vor diesem Hintergrund hat die R+V ein Beschwerdeverfahren eingerichtet, welches es allen Personen ermöglicht, auf menschenrechtliche und umweltbezogene Risiken sowie auf Verletzungen menschenrechtsbezogener oder umweltbezogener Pflichten im Sinne des Gesetzes über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten in Lieferketten (LkSG) hinzuweisen, die durch das

wirtschaftliche Handeln der R+V im eigenen Geschäftsbereich oder eines Zulieferers der R+V entstanden sein können.

Verifizierungsindikator

Bis zu drei wesentliche Finanzpartner:innen; jeweils Partnerinstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen)

V-VB	langfristige Kredite	2021	56.000,00 €
		2022	0,00 €
Vereinigte Volksbank			0,00 €
Helvetia Versicherung	Haftpflicht- und Inventarversicherung	jährlich	6.000,00 €
Allianz	Haftpflicht- und Kaskoversicherungen	jährlich	5.000,00 €
Fahrzeug-Leasing		jährlich	15.000,00 €
R+V		Jährlich	6.000,00 €

B 2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Unsere Werte in diesem Bereich: Zuverlässigkeit, Ehrlichkeit, Fairness, Verantwortung, Höflichkeit

Liste notwendiger Ausgaben für die Sicherung der Zukunftsfähigkeit

		Plan	Ist	Plan	Ist
Bereich	Maßnahme	2021	2021	2022	2022
Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen	Personalaufwendungen Labor (Extraktion)	5000,00	5000,00	2000,00	2000,00
Entwicklung neuer Produkte oder Dienstleistungen	Personalaufwendungen (Kapseln mit Extrakt)	0,00	0,00	500,00	600,00
Bindung von Kund*innen	Personalaufwendungen für intensive Beratungsgespräche (Beispiel Cannabis 50 Std á 60€)	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00
Gewinnung neuer Kund*innen	Keine gezielten Maßnahmen				
Erschließung neuer Märkte	ALETTA s.u.				
Einrichtung eines Online-Vertriebs	Weiterentwicklung Homepage Cannabis (Personalkosten)	1500,00	1500,00	1500,00	1000,00
Personalaus- und Weiterbildung	Fortbildung 2021: 277h, 2022: 419h	9000,00	9695,00	10000,00	14665,00
Organisationsentwicklung	Keine gezielten Maßnahmen				

Digitalisierung von Geschäftsprozessen	Pharmatechnik, Vorbereitung E-Rezept, Gematik			2000,00	2000,00
Technologiebeherrschung	Keine gezielten Maßnahmen				
Instandhaltung von Anlagen	Höhenverstellbare Schreibtische, Kühlschrank		1290,00		3120,00
Erneuerungsinvestitionen	Fortbildung				
Erweiterungsinvestitionen	Invest in ALETTA	250000,00	250000,00	250000,00	250000,00
Summen		268500,00	270485,00	269000,00	276385,00

Bei der Erweiterungsinvestition handelt es sich um eine APP, die Patienten hilft, die Effektivität ihrer Medikamenteneinnahme im Bereich unserer Extrakte zu messen und sichtbar zu machen. Dies ist ein Alleinstellungsmerkmal und somit Zukunftssicherung für die Abgabe dieser Extrakte.

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

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

Für die Apotheke haben wir im Bilanzzeitraum keine notwendigen Zukunftsausgaben ermittelt. Jedoch haben wir Geld investiert in strategischen Aufwand (s.u.), um eine neue Firma auszugründen aus der Apotheke, die uns später indirekt Umsatz bringt und außerdem die Möglichkeit für das Personal bietet ein neues Berufsfeld zu erlernen. Unsere freien Mittel sind in Zukunftsausgaben für eine gemeinwohlorientierte Gesellschaft geflossen.

~~Aus den Gewinnen aus den Jahren 2021 und 2022 haben wir Spenden an die Stiftung GemeinwohlÖkonomie~~

NRW sowie viele regionale und überregionale Organisationen gemacht.

Aus den Gewinnen aus den Jahren 2021 und 2022 haben wir einen erheblicher Anteil als Boni an die Mitarbeitenden ausgeschüttet. Die Kriterien der einzelnen Boni wurden gemeinsam entwickelt. Sowohl die Spenden als auch die Boni wurden im jährlichen Zukunftsworkshop gemeinsam beschlossen.

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

Ich stelle über das im Zukunftsworkshop gemeinsam mit den Mitarbeitenden festgelegte Gehalt hinaus keinerlei Ansprüche.

Verifizierungsindikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (in EUR) (Jahresüberschuss plus Spenden)

2021: 417.764€ abzgl. getätigtem strategischen Aufwand

2022: 132,500 € abzgl. getätigtem strategischen Aufwand

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (in EUR)

2021: 268.500 €

2022: 269.000 €

getätigter strategischer Aufwand (in EUR)

2021: 269.195 €

2022: 273.265 €

Anlagenzugänge (in EUR)

2021: 1.290€

2022: 3.120€

Zuführung zur Rücklage (in Tsd. EUR)

2021: 0 €

2022: 0 €

auszuschüttende Kapitalerträge (in Tsd. EUR, in % vom Stamm- oder Grundkapital)

0€

B2.2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

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

Ist nicht geschehen

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

Ist nicht geschehen

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

Wir haben keine zweistelligen Renditen

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Unsere Werte in diesem Bereich: Achtsamkeit, Verantwortung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

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

Die Anlagen sind auf dem technisch besten Stand. Im Jahr 2022 wurde das letzte Erdgasfahrzeug durch ein Elektrofahrzeug ersetzt. Ökologisches Verbesserungspotenzial hat noch die Heizungsanlage im Gebäude der Apotheke. Darauf haben wir aber nur indirekt Einfluss, weil das Gebäude nicht der Apotheke gehört. Die Anlage erzeugt jetzt noch neben Solarthermie Wärme mit Erdgas/Windgas. Da die Anlage noch nicht einmal zehn Jahre alt ist, macht es aus ökologischer Sicht noch keinen Sinn, sie zu ersetzen, zumal die elektrischen Wärmepumpen noch etwas besser werden müssen, um ältere Gebäude wie das der Apotheke effektiv zu heizen. Das Gebäude ist gut isoliert, verliert jedoch Energie durch die Bodenplatte und ist einfach nicht so energieeffizient wie ein Neubau.

Um unabhängiger von externen Stromlieferanten zu werden, hat die Vermieterin auf unseren Wunsch auf dem Dach der Garage eine zweite PV-Anlage installiert, die allerdings wegen Lieferproblemen beim Wechselrichter und Speicher erst 2023 ans Netz gehen wird. Nach Installation wird die Anlage ihren Strom über den Zähler der Apotheke zur Verfügung stellen bzw. Reststrom speichern oder ins Netz einspeisen.

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

Eine Verbesserung der Heizungsanlage wird frühestens in 6-10 Jahren Sinn machen.

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

Vor einer Investition wägen wir die Notwendigkeit gegenüber den potentiellen negativen Folgen für die Nachhaltigkeit ab. Sollten wir investieren, würden wir die Forderung nach Nachhaltigkeitsberichten mit in die Ausschreibung nehmen. Die Antwort würde bei der Bewertung eine wichtige Rolle spielen.

Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommen?

Keine

Verifizierungsindikatoren

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs (in Tsd. EUR): nichts geplant

Realisierung der ökologischen Sanierung (in Tsd. EUR und %-Angaben: Komplett erledigt

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

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

~~Durch unsere Spenden tragen wir dazu bei, dass die Stiftung Gemeinwohl-Ökonomie NRW ihre Projekte zur Förderung der nachhaltigen Entwicklung durchführen kann. Diese Projekte leisten einen sehr großen Beitrag zur sozial-ökologischen Weiterentwicklung der Region. Nicht nur die Nachhaltigkeitsbilanzierungen der Verwaltungen einiger Städte und Unternehmen in der Region sind sichtbar, vor allem trägt die Arbeit dazu bei, dass sich der politische Diskurs ändert. Ferner unterstützen wir viele Vereine in Steinheim und Umgebung bei der Durchführung von Projekten. So haben wir beispielsweise die Musikschule Steinheim mit 8000 € unterstützt, die damit Instrumente für ein Jugendorchester gekauft hat.~~

Gar nicht, unsere Gewinne gehen nicht in Finanzanlagen.

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

Die Informationen beziehen wir direkt von unseren Projektpartnern.

Verifizierungsindikatoren

finanzierte Projekte (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung)

~~keine Veranlagungen, ausschließlich Spenden und Zustiftungen
2021: 104.000 € insgesamt, Aufschlüsselung im Audit
2022: 58.412 € insgesamt, Aufschlüsselung im Audit~~

keine Veranlagungen

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

0€

B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?

keine

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

keine

Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Wir sind darauf gut vorbereitet. Windgas, Solarthermie, zwei betriebseigene Fotovoltaikanlagen und Ökostrom sind unsere Energiequellen.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Unsere Werte in diesem Bereich: Zusammenarbeit, Wertschätzung, Fairness

B 4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Berichtsfragen

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

Eine Beteiligung durch Mitarbeiter:innen, Kund:innen oder Lieferant:innen ist rechtlich nicht möglich. Die rechtliche Situation in Deutschland lässt keine Beteiligung der Mitarbeitenden, anderer Personen oder Unternehmen an Apotheken zu. Ich bin als im Handelsregister eingetragener Kaufmann alleiniger Eigentümer der Apotheke und hafte somit mit meinem gesamten Vermögen.

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

Unsere Mitarbeitenden sind über die regelmäßigen Teambesprechungen und die Zukunftswshops an den Entscheidungsprozessen in der Apotheke beteiligt.

Der Zukunftswshop findet einmal jährlich statt, hier werden alle relevanten Fragen des Betriebes diskutiert und konsensiert. Zudem wird das Betriebsergebnis besprochen und wie ein eventueller Gewinn verteilt werden soll. Außerdem wird festgelegt, wie die gemeinsame Arbeit und Entscheidungsfindungen gestaltet werden sollen.

~~Für Entscheidungen im Alltag haben wir zehn Arbeitsgruppen entwickelt zu Themen wie z.B.~~

~~Nachhaltigkeit, Dokumentation, QMS, HV (Belange des pharmazeutischen Personals) und Rezeptur.~~

~~Diese Gruppen diskutieren die Fragen in ihrem Bereich selbständig und kommunizieren die Lösungen in Teamsitzungen, die etwa alle acht Wochen stattfinden.~~

Was verstehen wir unter „gelebter Gemeinschaft“?

Wir haben eine flache Hierarchie, alle Mitarbeitende können sich mit allen Fragen an den Inhaber wenden. Wesentliche Änderungen werden dann in den Arbeitsgruppen oder in der Zukunftswerkstatt besprochen.

Alle Vorschläge werden aufgenommen, geprüft und gemeinsam entschieden.

Monatlich findet eine Teambesprechung statt, in der aktuell anstehende Fragen diskutiert und gemeinsam entschieden werden. Alle können Tagesordnungspunkte für die Besprechungen selbstständig eintragen.

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

Die Struktur mit jährlichem Zukunftsworkshop, Arbeitsgruppen und Teambesprechungen ist öffentlich und wird eingehalten. Protokolle werden für alle einsehbar abgespeichert.

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

Die Struktur kann aus rechtlichen Gründen (s.o.) nicht geändert werden.

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

Gar nicht

B4.2 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Eine feindliche Übernahme von Apotheken ist aufgrund der Gesellschaftsstruktur nicht möglich, weil keine Beteiligung möglich ist. Dementsprechend hat auch keine feindliche Übernahme stattgefunden.

C 1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Unsere Werte in diesem Bereich: Zusammenarbeit, Menschlichkeit, Wertschätzung

C1.1 Mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur

Berichtsfragen

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

Wir haben im Rahmen der ersten Bilanzierung ein gemeinsames Leitbild erarbeitet und auf der jährlichen Teamsitzung verabschiedet. Die zugrundeliegenden Werte werden jährlich überprüft und bei den monatlichen Teambesprechungen regelmäßig besprochen. Der „Wert des Monats“ wird in der Apotheke für die Kund:innen ausgehängt und hängt zudem am Essplatz der Mitarbeitenden.

Die flache Hierarchie und die Struktur von monatlichen Teambesprechungen sind die Basis für eine gute Einbindung der Mitarbeitenden.

Ferner finden am Jahresanfang mit allen Mitarbeitenden Mitarbeitendengespräche statt, in denen es um die Zufriedenheit mit der Arbeit, der Stimmung und Zusammenarbeit im Team, die eigenen Wünsche für die Zukunft (Fortbildungen, Arbeitszeit u.v.a.m.) geht.

Zweimal im Jahr ist das gesamte Team zu einem Fest eingeladen. Im Sommer findet dieses Fest als Familien-Sommerfest auf dem Parkplatz der St.Rochus-Apotheke statt und es gibt ein großes, buntes Mitbringbuffet. Die vielen anwesenden Kinder und die mit anwesenden Partner:innen sorgen für gute Stimmung und nette Gespräche. Im Jahr 2021 fiel dieses Fest pandemiebedingt aus.

Zum Jahresende treffen wir uns zu einem Weihnachtsessen, das seit 2018 vegetarisch ausgerichtet wurde.

Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?

Wir versuchen, Fehler und Konflikte als Chancen zur Verbesserung zu sehen.

Fehler werden in den Teambesprechungen besprochen, aber nicht, um die Mitarbeitenden bloßzustellen, sondern um daraus zu lernen. Konflikte werden möglichst zwischen den Beteiligten geklärt, wenn nötig moderiert vom Chef.

Gerade der Umgang mit Konflikten ist nicht einfach. Wir schaffen es nicht, jeden Konflikt für alle befriedigend beizulegen. Aber der Wille ist ausdrücklich erklärt und von der Betriebsleitung kommuniziert, dass die Freude an der Arbeit (und Arbeitsstelle) so groß sein soll wie an der „Freizeit“. Für das Erreichen dieses Ziels tragen alle Mitglieder des Teams dieselbe Verantwortung.

Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Aufgaben werden selbständig organisiert und verteilt. Das Ergebnis zählt. Wenn Aufgaben von Mitarbeitenden nicht erledigt werden können, wird in den Arbeitsgruppen oder in der Zukunftswerkstatt eine Lösung diskutiert und ausgearbeitet.

In den Arbeitsverträgen ist festgelegt, dass alle Mitarbeitenden mindestens an 12 Stunden externer Fortbildung pro Jahr teilnehmen, die von der Apotheke bezahlt werden, als Arbeitszeit gelten und bei denen die Apotheke anfallende Fahrtkosten übernimmt.

Nicht alle Mitarbeitende wollen die angebotene Eigenverantwortung übernehmen, dies wird dann in den jährlichen Entwicklungsgesprächen oder in gesonderten Teambesprechungen in den einzelnen Apotheken gesondert aufgegriffen.

Die thematische Arbeit in der Apotheke ist in Arbeitskreise aufgeteilt, die in ihrem Bereich eigenständig arbeiten und entscheiden. Einer der Arbeitskreise hat als Thema Gemeinwohl-Ökonomie. Hier wird regelmäßig in den zwanzig Matrixfeldern gearbeitet, Ziele gesetzt, Umsetzungen kontrolliert, neue Ideen für Weiterentwicklung gesammelt und die Bilanz vorbereitet. Dieser Kreis arbeitet also an der Fortentwicklung und Verstetigung von Nachhaltigkeitsprozessen im Betrieb und setzt Impulse für die persönliche Entwicklung von Mitarbeitenden.

Verifizierungsindikatoren

Fluktuationsrate

Jahr	Anzahl	Eintritt fest	Eintritt befristet	Austritt fest	Austritt befristet
------	--------	---------------	--------------------	---------------	--------------------

2021	17	3	0	0	0
2022	20	3	0	2	0

durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

5,36 Jahre 2018/2019

7,46 Jahre 2020

10,29 Jahre 2021

11,22 Jahre 2022

Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen

Auch in den Jahren 2021 und 2022 gab es Initiativbewerbungen in den Bereichen PKA und PTA. Aber wir haben diese Bewerbungen nicht systematisch erfasst. Beworben haben sich zwei Personen für eine PKA-Ausbildung, eine PKA und zwei PTA, außerdem haben sich im Jahr 2022 acht Schüler:innen für ein Praktikum beworben, vier Praktika unterschiedlicher Länge haben wir durchgeführt. Ab 2023 werben wir auch aktiv auf unserer Homepage um Initiativbewerbungen und Praktikant:innen.

Anzahl und Regelmäßigkeit an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

Jährliche Einzelgespräche zu Jahresbeginn zwischen den Mitarbeiter:innen und dem Chef. Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro mitarbeitender Person bzw. nach Führungsebene

–

2021	Anzahl	Gesamtstunden	Fortbildung Std.	Fortbildung %	verteilt auf Personen
HV	9	13248,13	234,54	1,77	8
Backoffice	3	3092,9	20,3	0,66	2
Buchführung	1	1184,1	22,25	1,88	1
Extraktion	1	954,08	0	0	1
SUMME	14	18479,21	277,09	1,5	12

Drei Personen (Hausmeister, Putzfrau und geringfügig Beschäftigte für Werbung) werden in diesen Listen nicht erfasst.

2022	Anzahl	Gesamtstunden	Fortbildung Std.	Fortbildung %	verteilt auf Personen
HV	11	13708,4	389,71	2,84	9
Backoffice	4	4484,9	30,25	0,67	3
Buchführung	1	1135,4	0	0	1
Extraktion	1	827,1	0	0	1
SUMME	17	20155,8	419,96	2,08	14

Drei Personen (Hausmeister, Putzfrau und geringfügig Beschäftigte für Werbung) werden in diesen Listen nicht erfasst.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Berichtsfragen

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

~~Die Mitarbeiter:innen haben die Möglichkeit, ihre Mittagspause ihren Bedürfnissen entsprechend zu gestalten. Vorgabe ist, dass mindestens 30 und maximal 120 Minuten Pause gemacht werden, sodass jede:r die Erholungszeit hat, die benötigt wird. Bei schönem Wetter wird die Zeit gerne für eine Auszeit im Sitzbereich auf dem Hof beim Gewächshaus genutzt oder für einen schönen Spaziergang. Die Mitarbeitenden, die in Steinheim wohnen, können während der Schließzeit der Apotheke von 13 – 14.30 Uhr nach Hause gehen.~~

Das Seminarzentrum im Haus hat die Apotheke wieder eingestellt, die Nachfrage nach den Kursangeboten war sowohl von Kund:innen als auch von Mitarbeiter:innen zu gering.

Die Einführung des Jobrades, also das Leasing eines E-Bikes über die Apotheke für den Weg zum Arbeitsplatz, sehen wir ebenfalls als Teil der Gesundheitsförderung. Inzwischen haben Mitarbeitende dieses Angebot angenommen.

Auch die Anschaffung eines E-Bikes für die Apotheke führt dazu, dass die Mitarbeitende viele Botengänge mit dem Rad statt mit dem Auto unternehmen.

In der Apotheke wird für die Mitarbeitenden Biomilch, Biokaffee und Mineralwasser von örtlichen Brunnen zur Verfügung gestellt, seit Ende des Jahres 2022 versuchsweise auch Obst vom Bio-Großhandel.

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

Durch die sehr strengen Arbeitsschutzrichtlinien, die in Apotheken gelten, besteht nur eine minimale Gefährdung der Mitarbeitenden. Selbstverständlich sind sämtliche vorgeschriebenen Schutzausrüstungen vorhanden und die Mitarbeitenden werden regelmäßig im Bereich Arbeitsschutz unterwiesen.

Im Cannabis-Bereich sitzen die Mitarbeiter:innen am längsten. Deswegen haben wir in dem neuen Cannabis-Büro zwei höhenverstellbare Arbeitstische und gute Bürostühle angeschafft. So kann die Arbeitsposition gewechselt und auch mal im Stehen gearbeitet werden.

Verifizierungsindikatoren

- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demografischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen

Krankheitsfehltag: ~~kumuliert für die Jahre 2018 – 2020~~

	Krankheits-	Gesamt-	Krank%	Anzahl	Krankheits-	Personen ohne
--	-------------	---------	--------	--------	-------------	---------------

2021	stunden	stunden		Personen	stunden / Person	Krankstd
<20	0	0	0	0	0	0
20-30	259	2143,2	12,08	1	259	0
31-40	391	8064,43	4,85	5	78,2	1
41-50	18	1548,08	1,16	2	9	1
51-60	83,5	2781,67	3	3	27,8	1
>60	104	3941,83	2,64	3	34,66	2

2022	Krankheits- - stunden	Gesamt- stunden	Krank%	Anzahl Personen	Krankheits- stunden / Person	Personen ohne Krankenstd
<20	0	0	0	0	0	0
20-30	304	2632,1	11,55	2	152	0
31-40	1014,2	6795,68	14,92	5	202,84	0
41-50	326	4334,4	7,52	4	81,5	0
51-60	707,2	2519,02	28,07	3	235,7	1
51-60 ohne Frührentn erin	48,2	1479,72	3,26	2	24,1	1
>60	167,5	3874,6	4,32	3	55,8	1

2022	Abteilung	Krank Std	Krank %	Gesamtstd
	HV	1585,4	11,57	13708,4
	Backoffice	225,5	6,54	3445,6
	Buchhaltung	0	0,00	1135,4
	Extraktion	49	15,92	827,1
Gesamt 2022 Ohne 659 Std Frührentner:in		1859,9	34,03	18.371,4
Anzahl Mitarbeitende	16			
Krankstunden/Mitarbeitende	116,24			
Kranktage/Mitarbeitende	14,53			

2021	Abteilung	Krank Std	Krank %	Gesamtstd
	HV	698,5	5,27	13248,13
	Backoffice	139	4,49	3092,9
	Buchhaltung	0	0,00	1184,1
	Extraktion	18	1,89	954,08

Gesamt 2021		855,5	4,63	18479,21
Anzahl Mitarbeitende	14			0
Krankstunden/Mitarbeitende	61,11			
Kranktage/Mitarbeitende	7,64			

Nach Zahlen des Statistischen Bundesamtes lag der Durchschnitt der Krankentage im Jahr 2021 im Schnitt bei 11,2 Tagen pro Person. Mit 7,64 Tagen liegen wir unter dem Durchschnitt.

Quelle: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Arbeit/Arbeitsmarkt/Qualitaet-Arbeit/Dimension-2/krankenstand.html>

Für 2022 ist der Wert auf 15 Tage gestiegen. 2022 lag er bei uns bei 14,53 Tagen.

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/13441/umfrage/entwicklung-der-jaehrlichen-anzahl-krankheitsbedingter-fehltage-je-arbeitnehmer/>

- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle: Keine
- in Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden: Von 17 Mitarbeitenden im Jahr 2021 hat 1 Mitarbeitende eine Reha gemacht, die 4 Wochen dauerte. Im Jahr 2022 sind zwei Mitarbeitende mit ihren Kindern in eine Reha/Kur gefahren für 4 bzw. 3 Wochen.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Diversität ist bei uns Alltag. Wir haben 2020 festgestellt, dass in unserem Team deutsch, englisch, italienisch, albanisch, serbisch, russisch, arabisch, kurdisch und türkisch gesprochen wird. Dies ist nicht immer einfach, weil die kulturellen Hintergründe eine gewichtige Rolle spielen. Aber wir arbeiten an den Werten Toleranz und Respekt, um aufkommende Unstimmigkeiten beizulegen.

Berichtsfragen

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

In allen großen Teambesprechungen wird darauf hingewiesen, dass Diversität einem Team eher nützt als schadet, weil die Anregungen unterschiedlicher Menschen besser zur Lösung von Aufgaben und Problemen beitragen als wenn alle denselben Hintergrund haben.

Wir haben bei Bewerbungen aber wenig Auswahl. Den geringen Spielraum nutzen wir.

Wir sind froh, mit unseren neuen Mitarbeitenden ausländischer Nationalität viele Sprachen abdecken zu können, u.a. arabisch, albanisch und serbisch.

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

Wir sehen keine Bereiche in unseren Betrieben, auf die diese Frage zutreffen könnte.

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

Anfallende Probleme werden in den Teambesprechungen unter Findung eines demokratischen Konsens gelöst.

Verifizierungsindikatoren

- demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (z.B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen

Nur Altersverteilung, Geschlecht und Migrationshintergrund werden ausgewiesen, weil für die anderen Kennzahlen die Gruppe zu klein ist. Hier wäre ein Datenschutz nicht mehr gewährleistet.

Bei 17 Mitarbeitenden war die Altersverteilung 2021:

20-30 Jahre: 1,

31 – 40 Jahre: 5,

41 – 50 Jahre: 3,

51 – 60 Jahre: 5,

älter als 60 Jahre: 3

und bei 20 Mitarbeitenden waren es in 2022:

20-30 Jahre: 2,

31 – 40 Jahre: 5,

41 – 50 Jahre: 5,

51 – 60 Jahre: 5,

älter als 60 Jahre: 3

Geschlecht: 2021: 2m, 15w sowie 2022: 3m, 17w

Migrationshintergrund: In 2021 sind 4 von 17 Mitarbeitenden nicht in Deutschland geboren, in 2022 waren es 5 von 20 Mitarbeitenden

- in Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro mitarbeitender Person diesen Parameter haben wir nicht gesondert erfasst.

- gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)

- Anzahl von Väter- bzw. Mütterkarenz in Monaten

	2021	2022
Mutterschutz	1	0
Elternzeit	1	1
Wiedereinstieg nach Elternzeit	0	1

- nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/Fluktuationen

Für 2021 :

Alter Einstellung: <20: 0, 20-30: 0, 30-40: 1, 40-50: 0, 50-60: 02 > 60: 0

Alter Austritt: In 2021 gab es keinen Austritt

Geschlecht, Einstellung: 3w

Geschlecht, Austritt: 0

Migrationshintergrund, Einstellung: 0 Mitarbeitende

Migrationshintergrund, Austritt: 0 Mitarbeitende

Für 2022:

Alter Einstellung: <20: 0, 20-30: 2, 30-40: 0, 40-50: 1, 50-60: 0, > 60: 0

Alter Austritt: <20: 0, 20-30: 0, 30-40: 0, 40-50: 0, 50-60: 1, >60: 0

Geschlecht, Einstellung: 2w, 1m

Geschlecht, Austritt: 0w, 1w

Migrationshintergrund, Einstellung: 1 Mitarbeitende

Migrationshintergrund, Austritt: 0 Mitarbeitende

C1.4 Negativaspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfragen

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

nirgends

Welche Rückmeldungen dazu gibt es im Betriebsrat bzw. in der Personalabteilung?

keine

Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

Über Teambesprechungen

Verifizierungsindikatoren

Statement von Betriebsrat und/oder Personalabteilung zu diesen Fragen:

es gibt keinen Betriebsrat

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

keine

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

keine

C 2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Unsere Werte in diesem Bereich: Zusammenarbeit, Fairness, Verantwortung

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Berichtsfragen

Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten, und wie transparent sind die zugrunde liegenden Konditionen?

Alle Mitarbeitenden erhalten Ihr Gehalt mindestens nach dem Bundestarifvertrag für Apothekenangestellte. Der Vertrag ist öffentlich einsehbar. Zusätzlich gibt es für alle einen festen Aufschlag auf das Tarifgehalt. Bei der jährlichen Bilanzbesprechung wird ermittelt, ob die Apotheke im Vorjahr nach Abzug der Kosten und Rückstellungen einen Gewinn ermittelt hat. Über die Verwendung dieses Gewinns entscheidet das Team, beispielsweise in Form eines weiteren Bonus. Alle Unternehmenszahlen sind für die Mitarbeiter:innen absolut transparent.

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

Auch wenn die tariflichen Gehälter in öffentlichen Apotheken gerade für PTA und PKA nicht hoch sind, so kann man davon in unserer ländlich geprägten Region dennoch leben. Wir stellen bei der (nur bei entsprechender Gewinnsituation gezahlten) Bonus-Ausschüttung die schlechteren Verdienstgruppen im Verhältnis besser als die Apotheker:innen. Die genauen Bedingungen der Höhe des Bonus entscheidet das Team eigenständig durch Konsensieren aller Vorschläge.

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

Freiwillige Bonuszahlung werden im Team seit 2021 (für das Jahr 2020) bei der jährlichen Bilanzbesprechung ausgehandelt. Bisher ist nicht darüber gesprochen worden, die Gehälter selbstorganisiert zu bestimmen.

Die Bonuszahlung ist eine Besonderheit in unserem Betrieb. In einer jährlichen Sitzung werden die Bilanzzahlen besprochen und gemeinsam festgestellt, ob ein Überschuss über das Entgelt des Apothekenleiters und einen Rücklagenbetrag hinaus erwirtschaftet wurde und wie dieser Betrag aufgeteilt wird.

Zuerst wird gemeinsam konsensiert, wie viel vom Überschuss gespendet werden soll, im Jahr 2021 waren das 20%. Im Jahr 2022 entschied das Team, keine Spenden zu machen, sondern einen bestimmten Betrag für Teambildungsmaßnahmen zu verwenden.

Der restliche Überschuss wurde als Bonus ausgezahlt. Auch die Kriterien für die Verteilung im Team wurden konsensiert. 2021 Wurden dabei folgende Kriterien berücksichtigt: Wochenarbeitszeit, Berufsgruppe, Anzahl der geleisteten Überstunden ohne Fortbildungen, sowie die Carestunden, die Zuhause geleistet werden, weil diese bedeuten, dass die betroffenen Personen nicht Vollzeit arbeiten können.

Ausgehend von den geplanten Jahresstunden (Vertragsstunden) gab es Aufschläge für schlechter bezahlte Berufsgruppen und für Carestunden.

2022 wurde konsensiert, den Bonus von 2022 gleichmäßig über alle zu verteilen ohne Berücksichtigung der Wochenarbeitszeit oder Berufsgruppen oder anderer Faktoren.

Verifizierungsindikatoren

Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung)

2021 (Bruttoszahlen)	Niedrigstes Monatsgehalt nach Tarif (Mindestlohn)	niedrigster Stundenlohn nach Tarif (Mindestlohn)	Höchstes Monatsgehalt nach Tarif (Mindestlohn)	höchster Stundenlohn nach Tarif	niedrigster Stundenlohn bei uns	Niedrigstes Monatsgehalt bei uns	höchster Stundenlohn bei uns	Höchstes Monatsgehalt bei uns
PKA	1.868,00 €	10,78 €	2.287,00 €	13,19 €	14,29 €	2.476,93 €	17,75 €	3.076,66 €
PTA	2.149,00 €	12,40 €	2.783,00 €	16,06 €	15,58 €	2.700,48 €	28,86 €	5.002,30 €
Apotheker: innen	3.582,00 €	20,67 €	4.343,00 €	25,06 €	24,45 €	4.237,99 €	27,14 €	4.704,18 €
Putzfrauen	1664,00 €	9,60 €	1.663,99 €	9,60 €	13,75 €	2.383,33 €	13,75 €	2.383,29 €
Hausmeister	1664,00 €	9,60 €	1.663,99 €	9,60 €	16,25 €	2.816,66 €	16,25 €	2.816,66 €
2022 (Bruttoszahlen)	Niedrigstes Monatsgehalt nach Tarif (Mindestlohn)	niedrigster Stundenlohn nach Tarif (Mindestlohn)	Höchstes Monatsgehalt nach Tarif (Mindestlohn)	höchster Stundenlohn nach Tarif	niedrigster Stundenlohn bei uns	Niedrigstes Monatsgehalt bei uns	höchster Stundenlohn bei uns	Höchstes Monatsgehalt bei uns
PKA	2.093,00 €	12,08 €	2.512,00 €	14,49 €	17,56 €	3.043,73 €	17,61 €	3.052,34 €
PTA	2.349,00 €	13,55 €	2.983,00 €	17,21 €	16,84 €	2.918,93 €	31,23 €	5.413,10 €
Apotheker: innen	3.782,00 €	21,82 €	4.543,00 €	26,21 €	27,98 €	4.849,86 €	31,69 €	5.492,92 €
Putzfrauen	1811,30 €	10,45 €	1.811,33 €	10,45 €	13,75 €	2.383,29 €	13,75 €	2.383,33 €
Hausmeister	1811,30 €	10,45 €	1.811,33 €	10,45 €	16,50 €	2.859,99 €	16,50 €	2.859,99 €

Innerbetriebliche Spreizung

2021: 1: 2

2022: 1: 2,3

Medianverdienst 2021: 16,25€/h, dies entspricht einem Monatsbrutto von 2816,67€, 2022 lag der Medianverdienst bei 17,56 €/h dies entspricht einem Monatsbrutto von 3043,73€

Standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“: hierfür liegen uns keine Vergleichszahlen vor. In einer anderen Bilanz haben wir hierfür einen Betrag von 1500.-€ netto gefunden, wobei wir nicht wissen, auf welcher Quelle dieser Wert basiert. **Dieser Wert ist für eine allein verdienende und voll arbeitende Person gemeint. Dieser Betrag ist für unsere Region ebenfalls als Mindestbetrag akzeptabel, weil die Lebenshaltungskosten relativ niedrig sind. Dieser Nettobetrag würde selbst beim niedrigsten Bruttogehalt überschritten.**

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Berichtsfragen

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Die Planung und Erfassung der Arbeitszeiten erfolgt über das Personalplanungsprogramm mep24. Hier werden auch alle Überstunden erfasst. Jede:r Mitarbeiter:in hat die Aufgabe, dafür zu sorgen, dass im Laufe des Jahres angefallene Überstunden möglichst zum Jahresende wieder abgebaut sind. Das hat in den Jahren der Pandemie nicht immer geklappt, weil wir einen (für uns) extrem hohen Krankenstand hatten, der durch Überstunden aufgefangen wurde. Deswegen wurden einige Arbeitsverträge in ihren Stundenzahlen nach oben korrigiert bzw. Überstunden auch ausgezahlt. Die Sondersituation der Pandemie ist zum Glück vorbei und das Problem hat sich in unserem Betrieb erledigt.

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Überstunden spielen keine Rolle für den Unternehmenserfolg. Überstunden werden bei uns nur geleistet bei unerwarteter Abwesenheit von einzelnen Mitarbeiter:innen. Geplante Überstunden zum Abdecken von Spitzen gibt es bei uns nicht.

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

Wir versuchen, den Mitarbeitenden Möglichkeiten zu schaffen, sich gesellschaftlich zu engagieren. Für ihre speziellen zeitlichen Bedürfnisse schaffen wir vorrangig Platz im Arbeitsplan.

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

Alle Mitarbeitenden haben das Recht, Wünsche bezüglich der individuellen Arbeitszeit zu äußern. Da wir viele Mütter haben, die gerne in Teilzeit arbeiten, gibt es verständlicherweise auch viele Wünsche. In der Regel versuchen wir, einen Kompromiss zu finden, um alle Wünsche in etwa erfüllen zu können. Wenn es zu größeren Problemen kommt, dann findet eine Teambesprechung zum Thema Verteilung der Arbeitszeiten statt. Bisher ist es aber immer gelungen, dass alle in etwa so arbeiten können, wie es für die jeweilige persönliche, familiäre Situation passend ist.

Verifizierungsindikatoren

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit: In unserem betrieb gibt es keine definierte Wochenarbeitszeit. Die Mitarbeiter:innen bestimmen aufgrund ihrer eigenen Bedürfnisse, wie viele Stunden sie arbeiten wollen und können. Die maximale Arbeitszeit beträgt nach Tarifvertrag 40 Wochenstunden und wird nicht überschritten

Tatsächlich geleistete Überstunden: 2021: 331,69 Stunden bei 19046,21 Gesamtstunden (1,74%), 20,73 Stunden pro Person

2022: 573,42 Stunden bei 23342,1 Gesamtstunden (2,46%), 35,84 Stunden pro Person

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

Berichtsfragen

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

In unserer Apotheke gibt es Verträge von 8 Wochenstunden bis zu 40 Wochenstunden, abhängig in erster Linie von den Bedürfnissen der Mitarbeitenden. Es ist offensichtlich, dass durch mehr Teilzeitangestellte mehr Reibungsverluste im Betrieb entstehen. Aber wir wollen es Eltern ermöglichen, nach einer Schwangerschaft auch in einer beliebigen Teilzeit wieder in den Beruf einzusteigen und füllen die restlichen notwendigen Stunden mit neuen Teilzeitkräften auf. Der betriebliche Aufwand ist zum Teil erheblich und es erzeugt auch immer wieder Frust, wenn Arbeitsgebiete neu übergeben und eingelernt werden müssen. Aber wir setzen darauf, dass das Gefühl der Solidarität auf diese Weise am besten wachsen kann, weil alle Mitarbeiter:innen in dem Wissen arbeiten können, dass sie in einer entsprechenden persönlichen Lage ebenfalls von diesen Regelungen profitieren.

Wie oft es in Anspruch genommen wird, die wöchentliche Arbeitszeit oder die Verteilung der Arbeitsstunden in der Woche (Rollierung) an die persönlichen Bedürfnisse anzupassen zeigt die folgende Tabelle:

Wochenstunden													
2021	An	N	B	T	I	Ab	S	So	Al	L	M	An	K
Januar	40	26,5	40	25	10		21		40		27		
Februar													
März	20												29
April													25
Mai											25		
Juni													
Juli													
August					15								
September		21											
Oktober													
November													
Dezember													
2022	An	N	B	T	I	Ab	S	So	Al	L	M	An	K
Januar	22							30	35				
Februar										40			
März													
April							25				25		
Mai													
Juni													
Juli													
August													
September						40							
Oktober													
November													
Dezember													
Rollierung geändert													
Stunden geändert													
Rollierung + Stunden geändert													

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

s.o. (Persönliche Anmerkung: der Begriff der Work-Life-Balance ist für mich Albrecht Binder als Chef) schwierig, weil er eine Abstufung ausdrückt zwischen dem hohen Gut des „Life“ und dem notwendigen Übel „Work“. Mein Ziel ist es, gemeinsam mit den Mitarbeitenden eine Umgebung im Betrieb zu schaffen, die so sinnerfüllt ist, dass „Work“ und „Life“ gleich gern gelebt werden.

Die Mitarbeiter:innen haben die Möglichkeit, ihre Mittagspause ihren Bedürfnissen entsprechend zu gestalten. Vorgabe ist, dass mindestens 30 und maximal 120 Minuten Pause gemacht werden, sodass jede:r die Erholungszeit hat, die benötigt wird. Bei schönem Wetter wird die Zeit gerne für eine Auszeit im Sitzbereich auf dem Hof beim Gewächshaus genutzt oder für einen schönen Spaziergang. Die Mitarbeitenden, die in Steinheim wohnen, können während der Schließzeit der Apotheke von 13 – 14.30 Uhr nach Hause gehen.

Verifizierungsindikatoren

Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle:

Arbeitszeiten pro Woche sind von 7,5 bis 40 Stunden in fast jeder Abstufung vorhanden. Wir führen Jahresarbeitszeitkonten, so dass recht flexibel auf verschiedene Gegebenheiten eingegangen werden

kann. In Abstimmung mit den Anforderungen des Betriebes sind viele verschiedene Arbeitszeiten über den Tag verteilt möglich. Es gibt Personen, die nur vormittags arbeiten, andere vermehrt nachmittags. Manche haben ganze Tage frei oder arbeiten nur an einzelnen Tagen. Außerdem arbeiten einige Mitarbeiter:innen einen Teil ihrer Arbeitszeit im mobilen Büro, meist von zu Hause.

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

Nur zwei der Mitarbeiter:innen arbeiten mit der vollen Tarifstundenzahl von 40 Stunden, alle anderen haben einen an die eigenen Bedürfnisse angepassten wöchentlichen Stundenumfang.

C2.4 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

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

Ja, wenn man den lebenswürdigen Verdienst als ein Monatsbrutto von > 2000€ definiert, dann stellen wir das sicher. Zum Begriff des „lebenswürdigen Verdienstes“ s.o.

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

Keine.

Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung (z.B. Schüler*innen, Auszubildende, Praktikant*innen, Werkstudent*innen) gerechtfertigt?

Tarifvertrag für Auszubildende, ungelernete Arbeitskräfte wie Schüler gibt es bei uns nicht.

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

Wir haben keine ZeitarbeiterInnen.

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

Befristete Arbeitsverträge werden nur bei Vertretungen für die Elternzeit abgeschlossen sowie bei allen in Ausbildung befindlichen Mitarbeitenden.

Verifizierungsindikatoren

- **standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“:** Wir definieren ihn als 2000.-€ Monatsbrutto. Das Gehalt nach Tarifvertrag liegt für alle unsere Mitarbeitenden darüber.
- **Gewinn:** s.o.
- **Mitarbeitendenanzahl:** im Jahr 2021: 17 im Jahr 2022: 20
- **Höchst- und Mindestverdienst:** s.o.
- **Anzahl der Pauschalverträge:** 0
- **Anzahl der Null-Stunden-Verträge:** 0

- **Mindest- und Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden:** keine Zeitarbeitsverträge
- **Anzahl aller Beschäftigten (inkl. der Zeitarbeitenden):** s.o.
- **Anzahl der Zeitarbeitenden:** 0
- **Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen:** 6-12 Monate bei Praktikant:innen, 3 Jahre bei Auszubildenen, bis zu 24 Monate bei Schwangerschaftsvertretungen
- **Anteil von befristeten Arbeitsverträgen:** 0 in 2021 und 1 in 2022 (Ausbildung)
- **Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen:** keine

C 3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

Unsere Werte in diesem Bereich: Achtsamkeit, Verantwortung

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Berichtsfragen

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

Wir stellen unseren Mitarbeitenden Milch, Kaffee, Tee, Zucker aus biologischem Anbau und fairem Handel und Wasser von regionalen Quellen in Glasflaschen zur Verfügung. Für die Verpflegung für interne Fortbildungen kaufen wir vegetarische Lebensmittel aus Bio-Anbau ein, bei Betriebsfeiern geben wir beim Caterer oder dem Restaurant denselben Standard in Auftrag.

	Zu finden auf....	Beschreibung	Quellen
	Tee der Teekampagne Rewe Bio Milch Engemann Gemüse/Obst	Mit dem Bio-Siegel können Produkte und Lebensmittel gekennzeichnet werden, die nach den EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau produziert und kontrolliert wurden. Diese EU-weit gültigen Rechtsvorschriften garantieren einheitliche Standards für den ökologischen Landbau.	https://www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/oekologischer-landbau/bio-siegel.html
	Engemann Gemüse/Obst	Wer sich für Bioland entscheidet, sagt gleichzeitig Nein zu Gentechnik, Massentierhaltung, chemisch-synthetischen Stickstoff-Düngern und Pflanzenschutzmitteln. Denn die Bioland-Bäuerinnen und Bauern und ihre Partner aus Lebensmittelhandwerk und -herstellung wirtschaften nach strengen Richtlinien.	https://www.bioland.de/richtlinien

 <p>Das Siegel für Fairen Handel.</p>	<p>Memo Kaffeepulver Memo Kaffeebohnen</p>	<p>Fairtrade kennzeichnet Waren, die aus fairem Handel stammen und bei deren Herstellung bestimmte soziale, ökologische und ökonomische Kriterien eingehalten wurden. Alle hier aufgeführten Siegel ermöglichen den Kleinbauernkooperativen stabilere Preise sowie langfristige Handelsbeziehungen.</p>	<p>https://www.fairtrade-deutschland.de/was-ist-fairtrade/fairtrade-siegel</p>
	<p>Tee der Teekampagne memo Kaffeepulver memo Kaffeebohnen</p>	<p>Vorverpackte Bio-Lebensmittel, aus der EU, welche die strengen Normen der EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau erfüllen, müssen seit dem 1. Juli 2010 verpflichtend mit dem EU-Bio-Logo gekennzeichnet werden.</p>	<p>https://www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/oekologischer-landbau/eu-bio-logo.html</p>

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

Wir haben keine Kantine. In der Apotheke gibt es die Möglichkeit, Lebensmittel zu lagern (Kühlschrank) und aufzuwärmen.

Im Jahr 2022 führten wir eine Umfrage zum Thema „Ernährung während der Pausenzeiten“ durch.

Da sich gut die Hälfte der Mitarbeiter Obst und Gemüse als Pausenmahlzeit mitbringt, steht allen ein bunter, saisonal angepasster und regional gekaufter Obst- und Gemüsekorb vom Bio-Großhandel zur Verfügung.

Wir kaufen die Produkte ausschließlich bei Bio Engemann, Willebadessen, einem Betrieb, der ebenfalls gemeinwohnbilanziert ist.

Für die Versorgung im Betrieb wurde eine Umfrage organisiert unter den Mitarbeitenden über ihr Verhalten in den Pausen, wie lange die Mittagspause ist, was in der Mittagspause gemacht wird, was zum Frühstück und Mittag gegessen wird und welche Wünsche es gibt darüber welche Lebensmittel der Betrieb stellen könnte.

Hier folgt die Tabelle:

Frühstück	Anzahl	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13
Ja	10	x	x	x	x	x	x			x	x	x		x
Nein	3							x	x				x	
Was?														
Obst	7	x	x			x	x			x	x	x		
Gemüse	2						x					x		
Joghurt	6	x	x	x	x	x				x				
Müsli	1				x									
Brot/Brötchen	4			x			x					x		x
Sonstiges	1											x		
Mittags														
Zeit (Durchschnitt)	47	45	45	45	45	30	0	90	90	90	60	45	0	120
Was wird gemacht?														
Spazieren	3	x	x	x										
Entspannung	6	x	x					x	x			x		x
Lesen	4	x	x		x							x		
Essen	11	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x		x
Erläuterungen	7	x	x		x	x				x	x	x		
Fortbildungen	1				x									
Sonstiges	1			x										
Wenn Was?														
Selbst zubereitetes Essen	12	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x
O vegetarisch	3	x			x			x						
O Vegan	1				x									
O normal	10	x	x	x	x		x		x		x	x	x	x
Bestelltes Essen	0													
belegtes Brötchen	2			x	x									
Obst	6		x		x	x	x		x			x		
Gemüse	5				x	x	x		x			x		
Joghurt	4		x	x			x					x		
Müsli	3		x	x			x							
Sonstiges	1		x											
Woher?														
Ja, weil	13	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Kurze Transportwege	2						xx							
Transparenz Haltebedingun	4						xxxx							
Gewissen	4						xxxx							
Nachhaltigkeit	5						xxxxx							
Klimaschutz	4						xxxx							
Regionalprodukte	5						xxxxx							
eigentlich ja aber Kosten	2						xx							
Nein														
Zur Verfügung stellen														
Müsli	3	x	x			x								
Joghurt	6	x	x		x	x				x		x		
Brot/Brötchen	5	x	x				x					x		x
Käse	8	x	x			x	x		x	x		x		x
Wurst	3	x					x					x		
Obst	12	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x
Gemüse	9	x	x	x	x	x	x		x	x		x		
Sonstiges	0													

Aufgrund der Auswertung dieser Tabelle stellt der Betrieb regelmäßig einen Obst- und Gemüsekorb aus Bio-Lebensmitteln zur Verfügung.

Verifizierungsindikator

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft von den vom Betrieb gestellten Lebensmitteln:
100%

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Berichtsfragen

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

Die meisten Mitarbeitenden benutzen das Auto, um zur Arbeit zu kommen. Wir haben 13 Parkplätze vor und hinter der Apotheke für unsere Mitarbeitende und unsere Kund:innen. Die in Steinheim wohnenden Mitarbeiter:innen sollen diese allerdings nicht benutzen. Wir wollen sie dazu bewegen, das Fahrrad zu nutzen oder zu Fuß zu gehen.

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

Im ländlichen Bereich ist der öffentliche Nahverkehr einfach zu schlecht, um in angemessener Zeit zur Arbeit zu kommen. Außerdem sind die Entfernungen zum Teil zu groß, um sie mit dem Fahrrad zu bewältigen.

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

Die Apotheke übernimmt die Kosten für den Transport mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Außerdem bietet die Apotheke ihren Mitarbeiter:innen die Nutzung eines geleasteten E-Bikes als Jobrad an. In der Apotheke wird für Botenfahrten ein E-Bike genutzt, die Auslieferungen gemeinsam mit der Bad-Apotheke werden seit Sommer 2022 mit einem Elektrofahrzeug gemacht, wobei die Touren durch eine entsprechende Software routenoptimiert werden.

Verifizierungsindikator

Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß:

2022: 3 von 16 Personen kommen zu Fuß, 1 Person kommt immer mit dem Rad und 1 Person gelegentlich, 12 kommen mit dem Auto. Die Bewertung findet statt in unserer CO₂-Bilanz.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Berichtsfragen

Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?

Im Betrieb achten wir auf Müllvermeidung, den Einkauf von Büromaterial mit Ökosiegeln, eine über die normalen Anforderungen hinausgehende Mülltrennung (Kunststoff und Aluminium im Direktrecycling, Kunststoffdeckel und Kronkorken für Spendenaktionen). Zudem erstellen wir eine CO₂-Bilanz, die im Betrieb besprochen wird. Kartons werden bei uns mit einer 2021 neu angeschafften Maschine zu Verpackungsmaterial verarbeitet.

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

Keine. Bei der Personalrekrutierung setzen wir darauf, dass unsere veröffentlichte Gemeinwohlbilanz Anreiz ist für Menschen, die an denselben Themen interessiert sind und abschreckend ist für Andersdenkende. Selbstverständlich ist die GWÖ-Bilanz fester Bestandteil im Bewerbungsgespräch. Sie taucht schon in jedem Anzeigentext bei uns auf.

Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?

Bestimmte Aspekte werden in den Mitarbeiter:innenbesprechungen angesprochen. Beispielweise gibt es einen festen TOP mit praktischen Tipps für den Alltag.

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

Wir setzen darauf, dass das gute Beispiel und das Tun in der Apotheke auch auf das private Umfeld abfärbt.

Verifizierungsindikatoren

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten in %: 100

Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden in%: 100

da wir einmal pro Jahr eine Betriebsversammlung machen und dort die Gemeinwohlwerte und die Gemeinwohlbilanz besprechen.

C3.4 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfrage

Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

Es gibt KEINE Geschäftsfahrzeuge der sogenannten Oberklasse

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

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

Es gibt KEINE Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte, z.B. für Recyclingpapier. Im Betrieb ist KEIN nachlässiger Umgang mit Abfällen sichtbar, z.B. keine Abfalltrennung (Hausmüll, Betriebsabfälle, Schrott ohne Trennung in Materialien etc.).

C 4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Unsere Werte in diesem Bereich: Zusammenarbeit, Wertschätzung, Verantwortung

C 4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Berichtsfragen

Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?

Alle betriebsrelevanten Daten sind in Form der Betriebswirtschaftlichen Auswertungen für die Mitarbeitenden ebenso zugänglich wie Kund:innenfrequenzen und Personaleinsatz. Über die Entscheidungen in der Zukunftswerkstatt werden ebenso Protokolle gefertigt und in der internen Cloud veröffentlicht wie über die Teambesprechungen. Alle Arbeitsanweisungen sind über das QM-System geregelt und öffentlich. Seit Ende 2022 arbeiten wir zusätzlich mit einer internen Kommunikations-App, die Mitteilungen, Abstimmungen und Umfragen beschleunigt und erleichtert. Sie kann auf dem Mobiltelefon oder am PC genutzt werden. Die Arbeitszeiten und die personelle

Besetzung, sowie Urlaube und Krankentage können in der App mep24 eingesehen werden, die sowohl auf dem PC als auch auf dem Handy genutzt werden kann.

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

Der Zugriff ist für alle Mitarbeitenden leicht. Es gibt weder physische noch andere Hürden.

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

Nur Unterlagen von Mitarbeitenden, die dem Datenschutz unterliegen.

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

Auf den jährlichen Betriebsversammlungen wird zusätzlich mit allen die BWA und die Bilanz diskutiert.

Verifizierungsindikator

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %): 100

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Berichtsfragen

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

Wir haben in der Apotheke keine Führungskräfte. Alle Entscheidungen werden im Konsens getroffen.

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

Alle Mitarbeitenden können Ideen und Wünsche auf die Tagesordnung der etwa vierwöchentlich stattfindenden Teambesprechung setzen. An der Teambesprechung kann man auch per Zoom von zu Hause aus teilnehmen, diese Zeit ist Arbeitszeit. Ansonsten kann man auch Anmerkungen an das Protokoll machen, die bei der nächsten Sitzung besprochen werden. Die Tagesordnungspunkte werden besprochen und gemeinsam entschieden. Bei Problemen haben alle jederzeit die Möglichkeit, direkt den Kontakt zum Chef zu suchen. Eine Mitwirkungsmöglichkeit besteht also vollständig in allen Fragen zu 100%.

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

In den jährlichen Entwicklungsgesprächen mit den einzelnen Mitarbeiter:innen wird die Zufriedenheit mit der Leitung abgefragt. Die Gespräche werden dokumentiert und dienen als Ideengeber für Veränderungen.

Verifizierungsindikator

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

0%, da es nur einen Leiter gibt, der nicht demokratisch gewählt werden kann.

C 4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?

Alle wesentlichen Veränderungen im Betrieb werden in den Teambesprechungen thematisiert. Der Betrieb entwickelt sich nur in die Richtung weiter, die von den Mitarbeitenden getragen wird. Dies gilt für die Empfehlung von Produkten, für das Angebot von Dienstleistungen und auch für neues Personal.

Die Eigenverantwortung soll ebenfalls über die Aussprache in den Teambesprechungen gestärkt werden. Die Gruppen zu relevanten Bereichen der Apotheke arbeiten eigenständig und teilen ihre Entscheidungen in den Teamsitzungen mit, wo alle anderen noch einmal einen Blick darauf werfen können und Anmerkungen machen können.

Zunehmend genutzt für die interne Kommunikation wird eine Kommunikations-App (apocollect), mit der Termine abgestimmt, Daten ausgetauscht und Nachrichten an einzelne oder Gruppen geschrieben werden können

Für Entscheidungen im Alltag haben wir zehn Arbeitsgruppen entwickelt zu Themen wie z.B. Nachhaltigkeit, Dokumentation, QMS, HV (Belange des pharmazeutischen Personals) und Rezeptur. Diese Gruppen diskutieren die Fragen in ihrem Bereich selbständig und kommunizieren die Lösungen in Teamsitzungen, die etwa alle acht Wochen stattfinden.

Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?

Die Mitarbeit etabliert sich immer mehr, auch neue Mitgliedern im Team gewöhnen sich schnell daran, sich in Diskussionen einzubringen. Natürlich passiert es, dass bestimmte Abläufe nicht gut funktionieren oder Personen nicht harmonieren. Hierfür hat es sich bewährt, gesonderte Treffen zu arrangieren, an denen alle Beteiligten teilnehmen. Wer nicht kommen kann, nimmt per Zoom teil. Auch diese Art von hybriden Veranstaltungen hat sich bewährt.

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

Hinweise bei der Einstellung, in den Teambesprechungen und bei den jährlichen Mitarbeitendengesprächen. Allen Mitarbeitenden ist inzwischen klar, dass Dinge nur umgesetzt werden, wenn jemand sich verantwortlich dafür fühlt. Und das wird immer selbstverständlicher.

Verifizierungsindikator

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %): geschätzt 90%

C4.4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfragen

Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?

Im Jahr 2022 haben wir das Thema Betriebsrat noch einmal im Team besprochen. Nach längerer Diskussion waren die Mitarbeitenden der Meinung, dass sie keine gesonderte Vertretung gegenüber

dem Chef brauchen, sondern dass das sogar eine neue Hierarchieebene einführen würde, die nicht gewollt ist. Es gibt also auch weiterhin keinen Betriebsrat.

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

Regelmäßige Mitarbeitendengespräche mit den Inhalten: Zufriedenheit mit Arbeitsplatz, Kolleg:innen, Unternehmensleitung und Gehalt, jährlicher Zukunftsworkshop des gesamten Teams, Treffen der Arbeitsgruppen und vierwöchentliche Teambesprechungen.

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

s.o..

Verifizierungsindikator

Betriebsrat: vorhanden/nicht vorhanden; seit wann? KEIN Betriebsrat

D1 Ethische Kund:innenbeziehungen

Unsere Werte in diesem Bereich: Respekt, Höflichkeit, Freundlichkeit, Fairness, Ehrlichkeit

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund:innen

Berichtsfragen

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

Neukunden gewinnen wir über unsere informativen Monatsflyer in unseren monatlichen Anzeigen im Steinheimer Blickpunkt, über Vorträge bei Seniorengruppen und Selbsthilfegruppen, Anzeigen in Vereinsblättern, unsere Homepage, Facebook und natürlich viel durch Mund-zu-Mund-Propaganda.

Außerdem haben wir eine gut gepflegte Homepage und präsentieren die Apotheke auf Facebook.

Stammkunden bekommen bei uns individuelle Geburtstagskarten zu runden Geburtstagen ab dem 60. Geburtstag, ab dem 75. Lebensjahr jährlich. Außerdem kommen sie in den Genuss einer besseren pharmazeutischen Beratung, weil automatisiert ihre Medikamente bei uns gespeichert werden und bei jedem neuen Medikament ein Wechselwirkungscheck zur Bestandsmedikation abläuft. Ab 2023 wollen wir zudem gezielt pharmazeutische Dienstleistungen wie Blutdruckmessung, Beratung bei der Anwendung von Inhalationssystemen und Medikations-Checks anbieten.

Im Gespräch machen wir keinen Unterschied zwischen Neu- und Stammkund:innen. Alle werden gleich behandelt. Auch preislich gibt es keine Unterschiede zwischen Neu- und Stammkund:innen.

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

Wir machen keine Vorgaben für Umsatzziele und geben auch keine Provision an Mitarbeitende für erzielten Umsatz oder Abgabe von Packungen. Wir legen viel Wert darauf zu erfahren, was die Kund:innen möchten und informieren über den tatsächlichen Nutzen für die Kund:innen und die Risiken und Nebenwirkungen. Auch kann es vorkommen, dass wir vom Kauf einzelner Produkte abraten.

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

Wir empfehlen Produkte nach den Kriterien, die wir im QM-Handbuch festgehalten haben. Hierbei gelten ausschließlich pharmazeutisch-ethische Aspekte. Grundlage der ethischen Aspekte sind die Werte unseres Leitbilds, über die wir jährlich sprechen. Das Ziel unserer Werbung ist nicht, die Menschen dazu zu verleiten unnötige Produkte zu kaufen oder den Eindruck zu erwecken, sie bräuchten für ihr Wohlergehen, dieses oder jenes Produkt.

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

Wünsche von Kund:innen erfüllen wir im Rahmen des ethisch Möglichen. Kund:innen werden ausführlich beraten, nötigenfalls raten wir auch vom Kauf bestimmter Produkte mit einer entsprechenden Begründung ab. Wenn Kund:innen von uns empfohlene Produkte zurückbringen, werden sie ohne Diskussion zurückgenommen und voll erstattet. Wir erfassen Kund:innenlob und -kritik in unserer Vorlage für die Teambesprechung. Diese Punkte werden dann gemeinsam besprochen und überlegt, ob wir etwas unternehmen müssen, damit die Kritikpunkte nicht wieder vorkommen. Zudem haben wir an zwei Stellen in der Apotheke Glassäulen mit den Beschriftungen „Kundenlob“, „Kundenkritik“, „Mitarbeiterlob“ und „Mitarbeiterkritik“ aufgestellt, in die jede:r Mitarbeiter:in möglichst oft eine Holzscheibe werfen soll, um ein Bild über die Stimmung bei Kund:innen und Mitarbeiter:innen zu bekommen. Die Säulen werden zu den Teambesprechungen ausgewertet.

Säulenauswertung				
	Kundenlob	Kundenkritik	Mitarbeiterlob	Mitarbeiterkritik
01.2022	73	5	128	27
04.2022	11	1	30	51
06.2022	15	0	22	30
08.2022	16	21	10	0
12.2022	21	2	12	4

Verifizierungsindikatoren

2021 Werbekosten		2022 Werbekosten		Summe
Homepage	467,98 €	Homepage	852,90 €	
Internetauftritt	4.800,00 €	Noweda Zukunftspaket	2.119,80 €	
Noweda Zukunftspaket	1.437,90 €	Anzeigen in Vereinsblättern	575,20 €	
Anzeigen in Vereinsblättern	505,00 €	Sponsoring	747,90 €	
Visitenkarten	24,86 €	Visitenkarten	243,72 €	
Kurierverlag Anzeigen	4.700,00 €	Jubiläum	1.477,38 €	
Flyeralarm	740,32 €	Kurierverlag Anzeigen	5.602,00 €	
Telefonbucheintrag	315,60 €	Flyeralarm	792,98 €	
Google Bewertungskarten	149,00 €	Portraitfotos	206,25 €	
Gesamtsumme	13.140,66 €	Telefonbucheintrag	321,66 €	
BWA Erlöse	4.584.797,00 €	Gesamtsumme	12.939,79 €	
Prozentsatz	0,29	BWA Erlöse	3.994.816,00 €	
		Prozentsatz	0,32	

Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen: Wir haben kein festes Budget, feste Bestandteile der Werbung sind die Kundenzeitungen, Anzeigen in der Wochenzeitung und in verschiedenen Vereinsblättchen und die Erstellung von Flyern mit Angeboten.

Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %:
0%

interne Umsatzvorgaben vonseiten des Unternehmens: ja/nein? NEIN

D1.2 Barrierefreiheit

Wir sehen die Apotheke als diskriminierungsfreien Raum an. Denn die Apotheke ist eine zentrale Anlaufstelle der Gesundheitsversorgung. Deshalb darf Diskriminierung insbesondere hier keinen Platz haben. Wir dienen mit unserem Versorgungsauftrag der Gesundheit der ganzen Bevölkerung, nicht nur Teilen davon. Auch genießen die Apothekenpersonalberufe ein hohes gesellschaftliches Ansehen. Hieraus ergibt sich eine Vorbildfunktion, der wir durch unser Verhalten in der täglichen Arbeit gerecht werden müssen und wollen.

Berichtsfragen

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

Für die richtige Auswahl und Anwendung von Arzneimitteln ist ein gewisser Grad an fachlichem Wissen nötig, der eine Beratung in vielen Fällen sinnvoll macht. Deswegen sind die Vor-Ort-Apotheken so wichtig, weil sie diesen Service bei jedem Kauf offensiv anbieten. Die Internet-Apotheken reduzieren die Beratungsleistung als kostenintensive Dienstleistung so weit als irgend möglich und gesetzlich gerade noch vertretbar ist.

In der Apotheke vor Ort, speziell in unserer Apotheke, versuchen wir, im Kundengespräch physische, visuelle, technische, sprachlich-kulturelle, intellektuelle und finanzielle Hürden so gut wie möglich zu berücksichtigen und wenn möglich zu beseitigen. Zum Zeitpunkt Ende 2022 hatten wir folgende Sprachen im Team vertreten: Deutsch, Englisch, Italienisch, Türkisch, Arabisch, Serbisch und Albanisch.

Unsere Apotheke ist telefonisch gut erreichbar. Wenn die Anfrage nicht sofort bearbeitet werden kann, erfolgt zuverlässig ein Rückruf durch kompetente Mitarbeiter:innen.

Bestellungen sind bei uns möglich per Telefon, per APP (Meine Apotheke), per Post, per Mail oder per FAX.

Kompressionsstrümpfe messen wir auch im Hausbesuch. Auf Kundenwunsch holen wir Rezepte bei Arztpraxen ab und liefern die Medikamente nach Hause. Beide Dienstleistungen sind für die Kund:innen kostenlos.

Wir beraten über die Möglichkeit zur Befreiung von Zuzahlungen, über Pflegepauschalen und Inkontinenzpauschalen und -produkte.

Welche benachteiligten Kund:innengruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?

Ältere Menschen (AMTS, geriatrisches Medikationsmanagement), Kunden mit Sprachschwierigkeiten (viele Sprachkenntnisse), Kunden mit Bewegungseinschränkungen (barrierefreier Zugang mit Automatiktür, Autoschalter, Botendienst) und natürlich Kranke.

Wie wird benachteiligten Kund:innen der Zugang und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen erleichtert? s.o.

Besonders ältere Menschen und Eltern mit kleinen Kindern schätzen den barrierefreien Zugang sehr, der es leichter macht mit Kinderwagen und Rollator in die Apotheke zu kommen. Ebenso wird besonders von diesen Gruppen der Autoschalter gern benutzt, denn man muss keinen Parkplatz suchen, nicht den Weg in die Apotheke auf sich nehmen und bei kleinen Kindern nicht erst die Kinder abschnallen und in die Apotheke tragen. Durch die vielfältigen Bestellmöglichkeiten verbunden mit dem Botendienst wird den kranken und benachteiligten Personen ermöglicht, ihr Medikamente und sonstigen Produkte einfach zu bekommen.

Verifizierungsindikator

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund:innengruppen gekauft wird:

21% unserer Kund:innen sind über 70 Jahre alt sind.

Sprachschwierigkeiten haben etwa 5% unserer Kund:innen. Die Zahl haben wir bei einer Zählung und Auswertung im Jahr 2020 erfasst und sie ist durch die Anzahl der zugezogenen Geflüchteten aus der Ukraine eher gestiegen.

Bewegungseinschränkungen haben in der St.Rochus-Apotheke etwa 3% der Kund:innen.

D1.3 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Im Arbeitsbuch für die GWÖ-Vollbilanz existiert eine Liste von einzelnen Werbemaßnahmen, die schwierig mit einer ethischen Kund:innenbeziehung in Einklang zu bringen sind.

Diese Werbemaßnahmen treffen alle nicht auf uns zu, deswegen verzichte ich auf eine Auflistung.

Berichtsfragen

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

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

keine

Verifizierungsindikator

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische und unethische Kampagnen entfallen:

0%

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Unsere Werte in diesem Bereich: Zusammenarbeit, Hilfsbereitschaft

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

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

Kooperationen zwischen einzelnen Apotheken und von Apotheken mit anderen Firmen sind eher unüblich. Fast alle Apotheken arbeiten nur mit Herstellern und Großhändlern zusammen. Unsere Apotheken sind hierbei eine Ausnahme.

Wir kooperieren mit unseren drei ehemaligen Filialen, der Apotheke im Facharztzentrum in Paderborn, der Delphin-Apotheke auch in Paderborn und der Bad-Apotheke in Horn-Bad Meinberg. Wir tauschen fehlende Medikamente aus und unterstützen uns auch in allen Fragen des Alltags und personell bei Notfällen.

Außerdem ist für 2023 die Mitgliedschaft in der Kooperation der Lieblings-Apotheken geplant, die sich gegenseitig mit Informationen, Tipps und einem gemeinsam organisierten Einkauf unterstützen.

Weitere Kooperationen bestehen mit:

Sanitas: Entwicklung und Vertrieb von Nahrungsergänzungsmitteln

MYCB1: Entwicklung von cannabishaltigen Extrakten

Heilpraktiker:innen und Ärzt:innen: Entwicklung von Spezialrezepturen, Lohnherstellung von Nahrungsergänzungsmitteln, Unterstützung bei der Verordnung von Cannabis-Rezepturen

ApoClassic: Austausch von apothekenrelevanten Informationen und gegenseitige Hilfestellung

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

Alle Kooperationen haben sich aus privaten und direkten Kontakten ergeben. Wir sind nicht aktiv auf der Suche, prüfen aber jede Anfrage.

Wir beabsichtigen, uns im Jahr 2023 dem Verbund der Lieblings-Apotheken anzuschließen.

In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?

In allen oben genannten Kooperationen gibt es einen vollständigen Informationsaustausch zu dem jeweiligen Kooperationsgebiet. So werden bei Anfragen zu Entwicklungen alle Zahlen offengelegt, um die für alle Beteiligten beste Lösung zu finden.

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

Die Branchenstandards in Apotheken sind per se sehr hoch. Wir beteiligen uns an allen angebotenen Ringversuchen zur Qualitätssicherung und entwickeln die pharmazeutische Betreuung von Bewohnern in Senioreneinrichtungen aktiv weiter durch aktives Medikationsanalyse aller Menschen, die mehr als vier Medikamente einnehmen. Ab 2023 werden wir das Gebiet der Pharmazeutischen Dienstleistungen neu aufnehmen.

Die Ringversuche sind von den Apothekerkammern initiiert und werden vom Zentrallaboratorium Deutscher Apotheker in Eschborn durchgeführt. Das Zentrallaboratorium Deutscher Apotheker e.V. wurde im Jahre 1971 mit dem Ziel gegründet, die Arzneimittelsicherheit zu erhöhen.

Satzungsgemäß befasst sich das ZL mit der Prüfung von Arzneimitteln sowie von apothekenüblichen Waren (gemäß Apothekenbetriebsordnung), insbesondere der Durchführung von Untersuchungen im Auftrag von öffentlichen Apotheken bzw. im Auftrag der Arzneimittelkommissionen, der Heilberufe, der Unterstützung der zuständigen Behörden auf dem Gebiet des Arzneimittelwesens und der Erstellung von Gutachten. Weiterer Zweck des Vereins ist der Verbraucherschutz.

Seit 2002 ist das ZL als Prüflaboratorium nach DIN EN ISO/IEC 17025 und den EG-Richtlinien 90/385/EWG, 93/42/EWG akkreditiert.

Bei den Ringversuchen geht es um folgende drei Punkte:

1.) Stimmt die Qualität der Rezepturen?

Die Rezeptur-Ringversuche und der Spezial-Ringversuch bieten die Möglichkeit, die Qualität ausgewählter Rezepturen überprüfen zu lassen. Erfüllt die Rezeptur die Anforderungen, bestätigt das ZL die Qualität durch die Ausstellung eines Zertifikates.

2.) Wie ist der Hygienestatus in der Apotheke?

Das Hygienemonitoring bietet die Möglichkeit die Raum- und Personalhygiene in der Apotheke zu prüfen. Mit Hilfe der mikrobiologischen Wasseruntersuchung kann man die verschiedenen pharmazeutischen Wasserqualitäten überprüfen lassen.

3.) Wie richtig sind die Blutuntersuchungen?

Auch die Richtigkeit der Durchführung von Blutuntersuchungen kann man durch die Teilnahme am Ringversuch überprüfen lassen. Bei Erhalt eines Zertifikates kann die Apotheke sicher sein, dass die Messwerte, die in der Apotheke ermittelt werden und an den Patienten weitergegeben werden, korrekt sind.

Bedeutung der Rezepturerstellung in der Apothekenpraxis

Jedes Jahr werden viele Millionen individuelle Rezepturen von Deutschlands Apotheken für ihre Patienten hergestellt. Sie sind unverzichtbar zur Schließung therapeutischer Lücken die entstehen, wenn für spezielle Therapien keine Fertigarzneimittel in geeigneter Dosierung oder mit den gewünschten Eigenschaften zur Verfügung stehen.

Bei der Rezepturerstellung können Apotheken ihre Fähigkeiten eindrucksvoll demonstrieren und die fachliche Qualifikation Ihrer Mitarbeiter hervorheben. Dies gelingt, wenn ein hoher und konstanter Qualitätsstandard gewährleistet ist.

Ein Ringversuch gibt Gelegenheit, sich Klarheit über die Qualität der eigenen Herstellungsvorgänge und der selbst zubereiteten Produkte zu verschaffen. Mit diesen Erkenntnissen kann die Qualität dieser auf dem erforderlichen Stand gehalten bzw. weiterentwickelt werden.

Die Bundesapothekerkammer (BAK) empfiehlt jeder Apotheke einmal jährlich an einer externen Qualitätskontrolle, einem Ringversuch teilzunehmen.

Aus diesen Gründen nehmen wir freiwillig an bis zu drei Ringversuchen teil. Dafür bekommen wir die Aufgabe, eine vorgegebene Rezeptur herzustellen und samt Dokumentation einzusenden. Die Rezepturen werden dann auf Gehalt analysiert, die Plausibilität der Herstellung geprüft sowie die Dokumentation und Etikettierung. Abschließend gibt es einen Bericht. Bei allen 6 Ringversuchen, an

denen wir in 2021 und 2022 teilgenommen haben wurden alle Qualitätsanforderungen erfüllt. (siehe Zertifikate).

Verifizierungsindikatoren

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 pro Jahr bzw. als %-Anteil)?

Wir schätzen die Zeit für **Entwicklungsarbeit** im Jahr 2021 mit 10% der Arbeitszeit von Albrecht Binder und 5% der Arbeitszeit einer PTA ein. Ebenso im Jahr 2022. Das sind zusammen 240 Arbeitsstunden im Jahr. Dies entspricht etwa 1% aller Arbeitsstunden (23524) und etwa 12% der gesamten Zeit für Herstellung von Produkten (ca.2000) in unserer Apotheke.

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

- Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional):
- Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen:
- Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, aber mit anderer Zielgruppe:

Die Klassifikationen passen alle nicht zu unseren Kooperationen, weil wir in aller Regel fachlich gefragt sind und nicht direkt Zielgruppen ansprechen.

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

- **Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards:** Betreuung von Bewohner:innen von Senioreneinrichtungen und entsprechende Schulungen der Mitarbeiter:innen der Einrichtungen
- **aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying):**
- **Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards:** Ausbildung eines PKA im Jahr 2022

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfrage

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

Großhandel: Solidaritätsbeitrag für Öffentlichkeitsaktion: 1200€/a

MYCB1: Entwicklungsarbeit

Verifizierungsindikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen

- anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Wir haben Personal geteilt mit der Firma MYCB1. Vier Personen sind offiziell von der Apotheke zu MYCB1 gewechselt, zwei Personen arbeiten in beiden Betrieben

- der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Wir haben stundenweise in unseren Partner-Apotheken ausgeholfen bei Personalnotständen.

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen

- anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

keine

- der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge)

keine

Wie hoch ist die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen

- anderer Branchen weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

keine

- der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn)

keine

D2.3 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfragen

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

Unsere Rolle als Apotheke ist in unseren jeweiligen Märkten untergeordnet. Wir könnten nur durch einen massiven Preiskampf bei freiverkäuflichen Artikeln Druck auf andere Apotheken ausüben. Aber einen Wettbewerb über niedrige Preise lehnen wir ab.

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

Marktanteile spielen in unserer Strategie keine Rolle. Unser Ziel ist das gute Leben für alle.

Verifizierungsindikatoren

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

NEIN

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

NEIN

Werden geheime/verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?

NEIN

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

NEIN

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

NEIN

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Unsere Werte in diesem Bereich: Achtsamkeit, Hilfsbereitschaft, Verantwortung

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

Berichtsfragen

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

Es ist bekannt, dass die Abbauprodukte der Arzneimittel in Kläranlagen die Klärschlämme belasten. Wir haben aber keine Erkenntnisse über den Umfang dieser Auswirkungen. Die Verpackungen der Arzneimittel (Kunststoffe, Aluminium, Papier, Pappe und Verbundmaterialien) werden zum allergrößten Teil über die Recyclingsysteme wiederverwertet.

Unsere Dienstleistungen (Bezahlte Beratungen, Seminare, Analysen) haben nur minimale ökologische Auswirkungen. Auch deswegen versuchten wir, unseren Kund:innen nichtmedikamentöse Interventionen näher zu bringen, weil auf diesem Weg viel für die Gesundheit erreicht werden kann und gleichzeitig Arzneimittel eingespart werden.

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

Zu Arzneimitteln gibt es in aller Regel keine Alternativen.

Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert? Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

Unser Einfluss beschränkt sich auf Produkte, die nicht der Verschreibungspflicht unterliegen. Bei Nahrungsergänzungsmitteln lassen wir zunehmend unsere Produkte in Glasflaschen abfüllen, die wir ohne Umverpackung verkaufen. Natürlich empfehlen wir für den Erhalt und die Stärkung der psychischen Kräfte zusätzlich Yoga, Autogenes Training und/oder Meditation. Nachweislich reduziert das den Bedarf an Arzneimitteln erheblich.

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

Berichtsfragen

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

Unser Medizinbetrieb setzt noch viel zu sehr auf Apparate und Medikamente, um Krankheiten im Schach zu halten. Von Heilung kann zumindest bei chronischen Erkrankungen eigentlich nicht die Rede sein.

Wir unterstützen ganzheitliche Ansätze im Gesundheitswesen, in dem wir auf die Bedeutung der Psyche in Gesundheit und Krankheit hinweisen. Weiterhin empfehlen und unterstützen wir

entsprechende Angebote im Bereich Yoga, Autogenes Training, Meditation von örtlichen Anbieter:innen durch die Auslage von deren Informationsmaterial.

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

Auch in unserem Team wird der oben genannte Ansatz immer wieder besprochen. Ich habe vor einigen Jahren die Vision der arzneimittelfreien Apotheke entwickelt, die nur als beratendes Institut ihren Beitrag zum Gesundheitswesen leistet. Dies ist kein realistisches Ziel, öffnet aber Denkräume. Überraschend neue Denkanstöße in diese Richtung haben wir allerdings durch die Covid-Pandemie bekommen, in der die Apotheken plötzlich für Dienstleistungen wie die Abgabe von Masken, das Testen und die Erstellung digitaler Impfbzertifikate gut bezahlt worden sind.

Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert? Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese? Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund:innen und Konsument:innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

Im Bereich der Nutzung unserer Hauptprodukte, der Arzneimittel, beschäftigen wir uns im Rahmen unserer AMTS-Arbeit damit, Arzneimittel möglichst sinnvoll und effizient einzusetzen. Die Erfahrung zeigt, dass auch im klassischen schulmedizinischen Kontext viele Medikamente einzusparen sind, ohne dass es den Patient:innen schlechter geht – im Gegenteil.

Im OTC-Bereich (Freiverkauf) raten wir von der Verwendung unnötiger Arzneimittel ab, raten von Vorratskäufen ab und besprechen den Anteil, den alle Kund:innen durch ordnungstherapeutische Maßnahmen im Alltag selber zur Gesundheit beitragen können. Dies unterstützen wir mit entsprechenden, selbstgestalteten Flyern zu verschiedenen Krankheitsbildern, auf denen auch auf Ernährung und Verhaltensregeln eingegangen wird.

D3.3 Negativaspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

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

In keinem Bereich

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?

Die Frage stellt sich bei Arzneimitteln nicht in dieser Form, da Arzneimittel keine Konsumprodukte sind. Kein Mensch will krank werden und freut sich über die Einnahme von Medikamenten.

D4 Kund:innenmitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund:innenmitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Berichtsfragen

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

Der Großteil unserer Produkte wird unseren Kund:innen von Ärzt:innen verordnet und wir bemühen uns, unser Warenlager so zu organisieren, dass wir möglichst sofort lieferfähig sind. Dies ist jedoch in den letzten Jahren immer schwieriger geworden wegen der immer größer werdenden Anzahl an Lieferengpässen. Bei der Auswahl unserer nicht verschreibungspflichtigen Produkte haben unsere Kund:innen ein sehr großes Mitspracherecht. Auf Wunsch legen wir jedes Produkt an Lager, von dem uns die Kund:innen glaubhaft versichert, dass sie es regelmäßig benötigt

Wir haben keine institutionalisierte Form der Mitsprachemöglichkeit. Aber wir sprechen über jeden Kund:innenwunsch, beispielsweise die Herstellung individueller Kapseln mit Vitaminen/Mineralstoffen.

Die systematischen Aufnahmen von Kund:innenfeedback erfolgt über unser Teambesprechungsformular, auf dem wir Kund:innenlob und Kund:innenkritik erfassen und dann bei der monatlichen Teamsitzung besprechen.

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

Auf Anfrage

Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Gar nicht

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund:innen entstanden sind

Vier Produkt- und Dienstleistungsinnovationen sind mit Beteiligung unserer Kund:innen entstanden: Aufgrund der akuten Knappheit bestimmter Medikamente haben wir im Jahr 2022 begonnen, Standardarzneimittel für die Versorgung von Kindern herzustellen.

a) Paracetamol-Zäpfchen in den drei Stärken 75mg, 125mg und 250mg (2022: 300 Packungen)

b) Ibuprofen-Säfte in den Stärken 125mg/ml und 250mg/ml (2022: ca. 200 Packungen)

c) 2021: Erstellung einer getrennten Cannabis-Homepage aufgesetzt, die der Information unseres entsprechenden Kund:innenklientels über die aktuelle Versorgungslage dient. Außerdem haben wir eine eigene Telefonnummer für den Cannabisbereich eingerichtet.

d) Veränderung des Telefonmanagements mit Auswahlmenü für Kund:innen zur schnelleren Erreichbarkeit der richtigen Ansprechpartner:in und zur Zeitersparnis für unsere Mitarbeiter:innen.

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

4 (siehe oben)

D4.2 Produkttransparenz

Berichtsfragen

Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?

Die Preise für verschreibungspflichtige Arzneimittel sind auf allen Ebenen reguliert und somit vollkommen transparent. Was allerdings völlig im Dunkeln liegt sind die Kosten der Arzneimittelhersteller:innen. Eine Einflussnahme auf die Preisgestaltung der Hersteller:innen ist nicht möglich.

Die restlichen Produktinformationen liegen komplett vor, wie bei Arzneimitteln vorgeschrieben.

Medikamentenhersteller müssen im Beipackzettel alle Informationen aufführen, die für eine sichere Anwendung des Arzneimittels wichtig sind. Der Beipackzettel ist für die Anwenderinnen und Anwender eines Medikamentes verfasst, also in erster Linie für Menschen ohne medizinisches Fachwissen.

Fertigarzneimittel dürfen nur zusammen mit einer Packungsbeilage („Gebrauchsinformation“) in den Verkehr gebracht werden. Diese Packungsbeilagen werden von dem pharmazeutischen Unternehmer verfasst. Sie werden dann von der Bundesoberbehörde geprüft und genehmigt, die für das jeweilige Arzneimittel zuständig ist (zum Beispiel das BfArM oder das Paul-Ehrlich-Institut). Wie eine Packungsbeilage gestaltet sein muss, ist in der Europäischen Union in der „Richtlinie 2001/83/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 5. November 2001 zur Schaffung eines Gemeinschaftskodex für Humanarzneimittel“ gesetzlich geregelt. Diese Richtlinie wurde mit § 11 des Arzneimittelgesetzes (AMG) in nationales Recht umgesetzt. Die [„Guideline on the readability of the label and package leaflet of medicinal products for human use“](#) ist auch Grundlage der sogenannten Lesbarkeits-Tests, die im Arzneimittelgesetz vorgeschrieben sind (§22 Absatz 7 AMG). In Deutschland muss der pharmazeutische Unternehmer seit 2005 die Ergebnisse eines solchen Lesbarkeits-Tests vorlegen, um die Zulassung zu erhalten.

Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?

Inhaltsstoffe werden komplett ausgewiesen, ökologisch relevante Informationen so gut wie gar nicht. Hierfür gibt es in der pharmazeutischen Industrie bislang kein Bewusstsein.

Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?

Der Abgabepreis von rezeptpflichtigen Arzneimitteln sowie das apothekerliche Honorar richten sich nach den gesetzlichen Vorgaben der Arzneimittelpreisverordnung. Zur finanziellen Entlastung der Krankenkassen hat der Gesetzgeber Abschläge und Rabatte sowie Zuzahlungen der Versicherten vorgesehen. Dadurch lässt sich bei verschreibungspflichtigen Arzneimitteln (ca. 85% des Umsatzes außerhalb von Cannabis-Verordnungen) genau berechnen, welcher Anteil am Preis auf den Staat (19% MwSt), die Apotheke, den Großhandel und auf den Hersteller entfällt.

Weitere Infos unter:

<https://www.abda.de/apotheke-in-deutschland/preise-und-honorare/preisbildung-bei-arzneimitteln/>

Bei den anderen Artikeln (ca.15% des Umsatzes außerhalb des Cannabis-Umsatzes) orientieren wir uns an den UVP's der Hersteller.

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)?

Darüber ist nichts bekannt.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes)

100%

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

0% auf den Produkten ausgewiesen, aber über öffentlich zugängliche Verordnungen sind ca. 85% komplett nachvollziehbar.

Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen

ist nicht nachprüfbar.

D4.3 Negativaspekt: Kein Ausweis von Gefahrstoffen

Berichtsfragen

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

Ja, Arzneistoffe sind zum Teil umweltgefährdend. Bei bestimmungsgemäßem Gebrauch und bestimmungsgemäßer Entsorgung von Resten übersteigt der Nutzen aber die Risiken.

Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) schreibt dazu: „Medikamente bauen sich in der Umwelt unterschiedlich gut ab. Nahezu 270 Arzneimittelstoffe wurden mittlerweile in deutschen Flüssen und Seen, in Sedimenten, im Grundwasser und in Böden nachgewiesen.“

Siehe dazu auch das Papier „Arzneimittel in der Umwelt - Zu Risiken und Nebenwirkungen fragen Sie das Umweltbundesamt Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?“ Siehe dazu folgenden Link:

<https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/publikation/long/2976.pdf>

Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

Auch das ist möglich. Wenn der Schaden den Nutzen übersteigt, wird das Medikament abgesetzt. Mögliche Nebenwirkungen werden erfasst und im Beipackzettel ausgewiesen.

Verifizierungsindikator

Anteil der Produkte mit Gefahrstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes)

0%

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Unsere Werte in diesem Bereich: Verantwortung

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

Berichtsfragen

Welche der neun Grundbedürfnisse erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

Die neun Grundbedürfnisse sind folgende:

1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden, 2. Schutz/Sicherheit, 3. Zuneigung/Liebe, 4. Verstehen/ Einfühlung, 5. Teilnehmen/Geborgenheit, 6. Muße/Erholung, 7. kreatives Schaffen, 8. Identität/Sinn, 9. Freiheit/ Autonomie

Hiervon sind bedeutsam in der Apotheke die folgenden fünf:

1: Lebenserhaltung / Gesundheit / Wohlbefinden → Erfüllt durch Medikamente

2: Schutz / Sicherheit → Erfüllt durch Pflegehilfsmittel wie Desinfektionsmittel sowie Masken, Desinfektionsmittel und Tests während der Pandemie

4: Verstehen / Einfühlung → Erfüllt durch Beratung

5: Teilnehmen / Geborgenheit → Erfüllt durch Beratung / Vorträge / Seminare

9: Freiheit / Autonomie → Erfüllt durch Informationsvermittlung und Wissenszuwachs durch Vorträge / Seminare / Beratung

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?

Keine. Unsere Kosmetikprodukte liegen im unteren Preissegment. Wenn man sich auf den Standpunkt stellt, dass Kosmetik nicht lebensnotwendig ist, dann ist selbst die preiswerteste Kosmetik Luxus. Unsere Kosmetik dient aber häufig auch einem medizinischen Zweck zur Linderung von Hautproblemen und trägt damit dazu bei, dass sich diese Menschen wohler und selbstsicherer fühlen.

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

Gesunderhaltung und Wiederherstellung der Gesundheit

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

Krankheit verursacht vielfältige volkswirtschaftliche Kosten: Arbeitsausfall, Krankenhausaufenthalte, Pflegekosten. Diese können durch eine optimale apothekerliche Betreuung reduziert werden.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

- **erfüllte Bedürfnisse:**
 - Grundbedürfnisse: 99 %
 - Statussymbole bzw. Luxus: 1 %
- **dient der Entwicklung...**
 - der Menschen: 100 % von den Dienstleistungen
 - der Erde/Biosphäre: 0 %
- **löst soziale oder ökologische Probleme laut UN-Entwicklungszielen:**

SDG 3: Gesundes Leben für alle
SDG 4: Bildung für alle: Wissensvermittlung in Vorträgen und Seminaren und in individuellen Beratungsterminen schafft die Grundlagen für kompetente Entscheidungen.
- **SDG 11: Nachhaltige Städte und Siedlungen:** Einsatz für die GWÖ und das Erstellen der Bilanzen ist Modell für weitere Betriebe und Kommunen in der Region.
- **Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:**
 - **Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen:** Mehrfachnutzen, weil wir Zusammenhänge zwischen Krankheiten, der eigenen Gesundheitsfürsorge und dem Thema Nachhaltigkeit/GWÖ herstellen
 - **hemmender bzw. Pseudo-Nutzen:** 0%
 - **Negativnutzen:** 0%

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

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

Gesunde Menschen können sich einsetzen für das Gemeinwesen. Insofern helfen Arzneimittel indirekt, das Gemeinwesen zu stärken. Durch die Empfehlungen von Kursen zur Selbstfürsorge kommen die Teilnehmer:innen zu mehr Gelassenheit und Ausgeglichenheit, was sich ebenfalls positiv auf die Gemeinschaft auswirkt.

Außerdem haben wir 2021 und 2022 ein Corona-Testzentrum betrieben, das es den Getesteten ermöglicht hat, soziale Kontakte zu pflegen und vulnerable Gruppen geschützt hat. Gleiches gilt für die Abgabe von 40.000 Masken in dieser Zeit, sowie die Ausstellung von Impfzertifikaten, die Voraussetzung für die Teilnahme vieler Angebote im öffentlichen Leben waren.

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

Wir halten regelmäßig Vorträge in Seniorengruppen und Selbsthilfegruppen (ca. 3-6 pro Jahr). ~~Wir halten regelmäßig Vorträge in Seniorengruppen und Selbsthilfegruppen (ca. 3-6 pro Jahr) und engagieren uns sehr stark für die Verbreitung der GWÖ (ca. 10 Vorträge pro Jahr und zahllose~~

~~Gespräche mit Unternehmen und Politiker:innen). Die GWÖ Aktivitäten fanden 2021 fast ausschließlich als Video-Konferenzen statt, 2022 normalisierte sich die Lage zunehmend.~~ Zusätzlich verbreiten wir Gesundheitsinformationen über unsere Flyer.

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

Die oben genannten Vorträge und die Beratung in der Apotheke geben Anstöße für Änderungen des Lebensstils und der Lebenseinstellung hin zu mehr Eigenverantwortung. ~~Die GWÖ Aktivitäten haben dazu beigetragen, dass sich beispielsweise die GWÖ bei einigen politischen Diskussionen in Nachbarstädten gut präsentiert war und sich die Städte jetzt ebenfalls auf den Weg zur GWÖ Bilanz machen.~~

Verifizierungsindikatoren

Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr

Kund:inenvorträge: keine im Jahr 2021, 3 im Jahr 2022 ~~5 Diskussionsrunden über GWÖ im Jahr 2021, 10 im Jahr 2022~~

Anzahl der erreichten Menschen, z.B. Leser:innen, Besucher:innen

400 Besucher:innen der Vorträge und politischen Diskussionen pro Jahr
ca.15.000 Haushalte erhalten monatlich unsere Flyer oder die Anzeigen

E1.3 Negativaspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

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

Keine

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

Keine

Verifizierungsindikatoren

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen

0%

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

0%

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Unsere Werte in diesem Bereich: Ehrlichkeit, Verantwortung

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Berichtsfragen

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

Wir zahlen alle Steuern, Abgaben und Sozialversicherungsbeiträge.

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

Keine

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

Wir hatten 2021 17 und 2022 20 sozialversicherungspflichtig angestellte Mitarbeitende. Davon waren zwei Person im Minijob. Eine Mitarbeitende war 2021 im Mutterschutz.

Verifizierungsindikatoren

Erlöse: Wird beim Audit ausgewiesen

Nettoabgabenquote: Darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

- **effektiv gezahlte Ertragsteuern (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer)**
Klärung im Audit, weil sich hier Einkünfte aus anderen Betrieben mischen.
- **lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber:innen**
LSt 2021: 57.480,71€, SozVers.: 168.202,25€ (inkl. Testzentrum)
LSt 2022: 26.422,09€, SozVers.: 215.645,20€
- **Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme (Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten), abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen**
Summe 2021: $463.308,91€ - 57.480,71€ - 168.202,25€ = 237.625,95€$
Summe 2022: $545.195,31€ - 26.422,09€ - 215.645,20€ = 303.128,02€$

Diese Netto-Abgaben werden auf die ausgewiesene Wertschöpfung (Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Mieten und Verpachtung) bezogen und ergeben damit die Netto-Abgabenquote.

Die Netto-Abgabenquote betrug 2021 51,3%, für 2022 ist sie durch hohe Investitionen im negativen Bereich. (Netto-Abgaben / Netto-Abgaben+Wertschöpfung)

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Berichtsfragen

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)?

~~Spenden / Zustiftungen 2021: 104.911€, Einsatz für die Gemeinwohlökonomie: ca. 100Std/a
Spenden / Zustiftungen 2022: 58.412€, Einsatz für die Gemeinwohlökonomie: ca. 100Std/a
Mitarbeit im Impfzentrum durch acht Mitarbeiter:innen im Jahr 2021: Als nach einem Jahr der Pandemie die ersten Impfstoffe auf den Markt kamen, wurden Mitarbeitende der Apotheken händeringend gebeten, in den Impfzentren mitzuarbeiten, um die enorme Anzahl der Impfungen durchführen zu können. Die Arbeit fand in der Freizeit statt, wurde aber auch gesondert vom Staat bezahlt. Ohne die Bezahlung hätte es aber auch keine Mitarbeiter:innen gegeben,
Aufbau und Durchführung des Testzentrums 2021 und 2022. Der gesellschaftliche Nutzen dieser Maßnahmen lässt sich nicht in Geld beziffern. Auch hier haben wir Geld verdient, nachdem wir erheblich ins unternehmerische Risiko gegangen sind.~~

Wir engagieren uns sehr stark für die Verbreitung der GWÖ (ca. 10 Vorträge pro Jahr und zahllose Gespräche mit Unternehmen und Politiker:innen). Die GWÖ-Aktivitäten fanden 2021 fast ausschließlich als Video-Konferenzen statt, 2022 normalisierte sich die Lage zunehmend. Die GWÖ-Aktivitäten haben dazu beigetragen, dass sich beispielsweise die GWÖ bei einigen politischen Diskussionen in Nachbarstädten gut präsentiert war und sich die Städte jetzt ebenfalls auf den Weg zur GWÖ-Bilanz machen.

Durch unsere Zustiftungen tragen wir dazu bei, dass die Stiftung Gemeinwohl-Ökonomie NRW ihre Projekte zur Förderung der nachhaltigen Entwicklung durchführen kann. Diese Projekte leisten einen sehr großen Beitrag zur sozial-ökologischen Weiterentwicklung der Region.

Nicht nur die Nachhaltigkeitsbilanzierungen der Verwaltungen einiger Städte und Unternehmen in der Region sind sichtbar, vor allem trägt die Arbeit dazu bei, dass sich der politische Diskurs ändert.

Wir haben uns im lokalen Bereich sehr für die GWÖ eingesetzt. Nach der Gründung der Stiftung Gemeinwohl-Ökonomie NRW haben wir dort das Projekt Gemeinwohl-Region Kreis Höxter ins Leben gerufen. Wir haben viele Gespräche mit Kommunen und Firmen in der Region geführt. Dies hinterlässt dort einen Eindruck und führt zu Beschäftigung mit dem Thema Nachhaltigkeit.

Wir haben in den letzten Jahren gemeinsam im Team entschieden, wie viel Geld wir für soziale und gesellschaftliche Zwecke spenden. In die Entscheidung über die Zwecke der Spenden werden zum Teil auch die Kund:innen eingebunden, indem sie mit Holzscheibchen bestimmen können, für welchen Zweck die Apotheke spendet.

Ferner unterstützen wir viele Vereine in Steinheim und Umgebung bei der Durchführung von Projekten. So haben wir beispielsweise die Musikschule Steinheim mit 8000 € unterstützt, die damit Instrumente für ein Jugendorchester gekauft hat.

Aus den Gewinnen aus den Jahren 2021 und 2022 haben wir Spenden und Zustiftungen an die Stiftung Gemeinwohl-Ökonomie NRW sowie viele regionale und überregionale Organisationen gemacht.

Die Spendenbeträge im Jahr 2021 beliefen sich auf ca. 35.000€, im Jahr 2022 auf ca. 38.000€, eine genaue Auflistung liegt dem Auditor vor. Die Zustiftungsbeträge beliefen sich auf 70.000€ (2021) bzw. 10.000€ (2022).

Hinzu kam der zeitliche, unbezahlte Einsatz für das Thema Gemeinwohlökonomie mit etwa 100 Stunden pro Jahr.

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

Der Eigennutz der Spenden liegt geschätzt bei ca. 5%, da die meisten Spenden nicht an lokale Organisationen gingen. Außerdem führt die Sichtbarkeit durch eine Anzeige in einem Vereinsblatt nicht zu deutlich steigenden Umsätzen. Die Schätzung des Eigennutzes bei den einzelnen Spendenpositionen liegt dem Auditor in der Spendentabelle vor.

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

Unser Einsatz für die Gemeinwohlökonomie verändert die Diskussion und beschleunigt den Weg in Richtung einer nachhaltigen Gesellschaft.

Durch die Einrichtung der Stiftung Gemeinwohl-Ökonomie NRW (Ende 2017 gegründet), hat sich dieses Engagement auf weitere Städte des Kreises ausgebreitet. In den Jahren bis 2020 haben neun Unternehmen im Kreis Höxter ihre Gemeinwohlbilanzierung abgeschlossen, bis 2022 folgten zwei weitere.

Nach den Städten Steinheim, Brakel und Willebadessen haben sich in den Jahren 2021 und 2022 auch die Städte Marienmünster, Beverungen und Borgentreich mit dem Thema Nachhaltigkeitsbilanzierung mit der Gemeinwohlbilanz beschäftigt und sind grundsätzlich bereit, in den Prozess einzusteigen. Dies wird voraussichtlich 2023 geschehen.

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

Das Thema GWÖ ist in unserer Region mittlerweile fest verankert und übt zunehmend Einfluss auf die politische Diskussion aus. Deutschlandweit wurde in Presse (Brand eins, Spiegel, FAZ,...), Fernsehen (ARD, ZDF, WDR,...) und vier Podcasts über die Entwicklung im Kreis Höxter berichtet, häufig wurde unsere Apotheke als der Ausgangspunkt dieser Entwicklung genannt. Hier eine (unvollständige) Auswahl:

<https://stiftung-gemeinwohloekonomie.nrw/>

https://web.ecogood.org/media/filer_public/a1/7b/a17b974d-5c8a-4ae4-8174-36ff7c5cd3ce/presseartikel-regionalgruppe-hoexter-lippe.pdf

<https://diefarbedesgeldes.de/artikel/2022/besser-wirtschaften-ein-landkreis-verpflichtet-sich-der-gemeinwohl-oekonomie>

<https://www.google.de/url?sa=t&trct=j&fq=&tesrc=s&source=web&ecd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwje9a7Nk9v-AhUFy6QKHWSRA2AQFnoECCcQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.deutschlandfunkkultur.de%2Fgemeinwohloekonomie-nicht-nur-fuer-den-profit-wirtschaften-100.html&usq=AOvVaw06TsYkc8RiRzMOp0W-nBEU>

https://www.google.de/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Fwatch%3Fv%3DDN88280cNIEE&psig=AOvVaw1OjbaQcTwcObS38JsmCfP_&tust=1683272253355000&source=images&ecd=vfe&ved=0CBMQjhxqFwoTCOC-gPeT2_4CFQAAAAAdAAAAABAJ

<https://owl-regional.de/gemeinwohregion-kreis-hoexter-im-wdr-fernsehen/>

<https://www.leader-in-hx.eu/de/projekte/projekte-ab-2016/Gemeinwohregion.php>

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

Mittelfristig wollen wir durch persönliches Engagement weitere Städte und Landkreise in direkter Umgebung zu einer GWÖ-Bilanzierung bewegen und langfristig dazu beitragen, dass sich das Modell in der Gesetzgebung wiederfindet.

~~Wir haben 2022 eine Umfrage bei den Mitarbeitenden zum Thema Ehrenamtstätigkeiten durchgeführt. Das Ergebnis ist schematisch hier dargestellt. Im Durchschnitt engagiert sich jede Mitarbeiter:in 3,5 Stunden/Woche. Jede 2. Mitarbeitende führt Ehrenamtstätigkeiten durch. Als Grund für das Engagement nannten 7 Mitarbeit:innen, dass sie „etwas Gutes tun“ wollen. Weitere Gründe waren: Spaß an der Tätigkeit und der Gesellschaft etwas zurückgeben.
Mitarbeit:innen: 15
Durchschnitt: 3,533 Stunden / Woche
Gesamtstunden: 2755 Std/Jahr~~

Verifizierungsindikator

Geldwerte freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen (in % des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit)

5 Diskussionsrunden über GWÖ im Jahr 2021, 10 im Jahr 2022

~~Bezogen auf die Gesamtarbeitszeit im Betrieb haben wir 2022 11,7% der Gesamtarbeitszeit (23524h) als freiwillige Leistung erbracht.~~

E2.3 Negativaspekt: Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfrage

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? Nein.

Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt? Nein.

Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen? Nein.

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

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

Ja.

Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting? Es gibt keine.

Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen

Nicht notwendig.

Verifizierungsindikatoren

Ist das Unternehmen Teil eines internationalen Konzerns, agiert es im Verbund mit anderen internationalen Partner:innen oder nimmt es an der digitalen Ökonomie (länderübergreifend) teil?

Nein.

E2.4 Negativaspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfragen

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

Keine. Alle Geschäftsvorgänge sind absolut transparent nachvollziehbar. Bei Steuerprüfungen hatten wir noch nie größere Anmerkungen oder Nachzahlungsforderungen.

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

Nicht notwendig

Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträger*innen umgegangen?

Es gibt beruflicherseits keine Notwendigkeit für solche Kontakte.

Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?

Keine.

Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?

Keine.

Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?

Durch Vorbild. Außerdem arbeiten wir an diesem Thema in der Zukunftswerkstatt, mit Umfragen, bei Teamtreffen und durch das aktive Mitarbeiten an der GWÖ-Bilanz der Apotheke

Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?

Nicht notwendig.

Wie werden Interessenkonflikte (persönliche Interessen gegenüber Firmeninteressen) sichtbar gemacht, und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

In Teambesprechungen und in den Arbeitsgruppen. Daraus folgende Regelungen werden in Teambesprechungen und Protokollen kommuniziert.

Verifizierungsindikatoren

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?

Nicht notwendig, da keine erfolgt.

Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten (Eintrag ins Lobbying-Register) und Lobbying-Aufwendungen?

Nicht notwendig, da keine erfolgt.

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

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe den Positivaspekt wirksame Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

Wir haben in den letzten Jahren gemeinsam im Team entschieden, wie viel Geld wir für soziale und gesellschaftliche Zwecke spenden. In die Entscheidung über die Zwecke der Spenden werden zum Teil auch die Kund:innen eingebunden, indem sie mit Holzscheibchen bestimmen können, für welchen Zweck die Apotheke spendet.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Unsere Werte in diesem Bereich: Achtsamkeit, Verantwortung

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management und Strategie

Berichtsfragen

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

- klimawirksame Emissionen (CO₂, N₂O, CH₄, ...)
siehe CO₂-Bilanz
- Feinstaub und anorganische Emissionen
keine Emissionen
- Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
keine Emissionen
- Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO_x, SO_x, CO₂)
keine Emissionen
- Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x)
keine Emissionen
- ionisierende Strahlung
keine Emissionen
- Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
keine Emissionen
- Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung): keine Emissionen
- Landverbrauch
nicht durch uns
- Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)
Wasser nur im üblichen Rahmen des Apothekenbetriebes für Toiletten, Spülwasser und Trinkwasser

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

Wir erstellen eine CO₂-Bilanz

Bezogen auf das Jahr 2015 haben wir in den Apotheken durch die Veränderungen bisher 36,5% CO₂ eingespart.

Bezogen auf die Mitarbeitenden ist der Ausstoß von 2,5 to CO₂ in 2015 über 1,96 to CO₂ in 2018 auf 1,57 to CO₂ in 2019 gesunken. 2021 hatten wir einen Ausstoß von 1,72 to CO₂ pro Mitarbeiterin und 2022 einen Ausstoß von 1,03 to CO₂.

Die Reduzierung ist vor allem Ergebnis der Umstellung der Fahrzeuge der Mitarbeiter:innen auf Elektrofahrzeuge. Für die nächste Bilanzierungsperiode wollen wir Einfluss nehmen auf den Großhandel, damit er seine Fahrzeugflotte umstellt.

Verifizierungsindikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

Umweltkonto	gemessen in
Ausstoß klimawirksamer Gase	Siehe Tabellen
Transporte (und dessen CO ₂ -Äquivalent)	Siehe Tabellen
Benzinverbrauch (und dessen CO ₂ -Äquivalent)	Siehe Tabellen
Stromverbrauch (und dessen CO ₂ -Äquivalent)	Siehe Tabellen und CO ₂ -Bilanz
Gasverbrauch (und dessen CO ₂ -Äquivalent)	Siehe Tabellen und CO ₂ -Bilanz
Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur)	Siehe Tabellen und CO ₂ -Bilanz
Verbrauch von Trink- und Regenwasser	Siehe Tabellen und CO ₂ -Bilanz
Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig)	0 kg
Papierverbrauch	Siehe Tabellen und CO ₂ -Bilanz
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien	Siehe Tabellen und CO ₂ -Bilanz
Kunstlichteinsatz	nicht erfasst
Schadstoffemissionen und sonstige Umweltwirkungen	nicht erfasst

Emissionen 2021		
Gebäude	33.029 kWh Windgas 15.528 kWh grüner Strom 83 Kubikmeter Trinkwasser	6.564 kg CO ₂ e
Fahrten und Dienstreisen	146 Liter Benzin 7.868 km Bahn Fernverkehr 300 km Bahn Nahverkehr	428 kg CO ₂ e
Arbeitswege	61.534 km	13.289 kg CO ₂ e
Papier und Karton		2827 kg CO ₂ e
Warenanlieferung	355 km	1890 kg CO ₂ e
Kurier- u. Versandfahrten	533 kg Gas	1641 kg CO ₂ e
Summe Apotheke		26.640 kg CO₂e

Emissionen 2022		
Gebäude	28.316kWh Windgas 20.118 kWh grüner Strom 150 Kubikmeter Trinkwasser	5.601 kg CO2e
Fahrten und Dienstreisen	600 Liter Super 2.000 km Bahn Fernverkehr 850 km Bahn Nahverkehr	198 kg CO2e
Arbeitswege	55.295 km	8.788 kg CO2e
Papier und Karton		496 kg CO2e
Warenanlieferung	355 km	1.911 kg CO2e
Kurier- u. Versandfahrten	533 kg Gas	1.639 kg CO2e
Summe Apotheke		18.684 kg CO2e

E3.2 Relative Auswirkungen

Berichtsfragen

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

- zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?
Darüber können wir keine Aussage treffen
- zu Mitunternehmern im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?
Darüber können wir keine Aussage treffen

Verifizierungsindikator

relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region: gibt es nicht

E3.3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfragen

Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörige Betriebsauflagen gibt es, und sind die Auflagen eingehalten?

Das [Apothekengesetz](#) bestimmt die Voraussetzungen für die Erteilung einer Betriebserlaubnis und die mögliche Betriebsform einer Apotheke. Nur mit vorliegender Erlaubnis ist der Betrieb zulässig. Alle Auflagen der Apothekenbetriebsordnung werden eingehalten

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

Externe Überwachung durch die Gesundheitsbehörden und die Kreise (Revision). Wir haben keinerlei Beanstandungen bei allen Begehungen.

Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer:innen bezüglich ökologischer Belastungen liegen vor?

keine

Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder:innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs etc.) gibt es?

keine

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

Optimal

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Unsere Werte in diesem Bereich: Respekt, Ehrlichkeit, Verantwortung

E4.1 Transparenz

Berichtsfragen

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

Wir erstellen seit 2015 regelmäßig einen GWÖ-Bericht.

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

Veröffentlichung auf der Homepage, Zeitungsartikel, wir verschenken pro Jahr ca. 20 Bücher zum Thema Gemeinwohlbilanzierung, auf ca. 400 Rechnungen im Jahr steht der „Wert des Monats“, alle E-mails haben den Hinweis auf unsere Gemeinwohlbilanz, die Außenwerbung der Apotheke sowie die Bildschirm-Präsentation im Schaufenster der Apo greifen das Thema auf und natürlich gibt es noch die Vorträge (siehe E1).

Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?

Externes Audit

Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Der Zugang ist sehr einfach über unsere Homepage, wo alle Berichte als pdf in der Rubrik „Gemeinwohlökonomie“ hinterlegt sind. Bei Bedarf können sich Kund:innen den Bericht auch in ausgedruckter Form in der Apotheke ausleihen.

Verifizierungsindikator

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

Ja, seit 2015

E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung

Berichtsfragen

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

Täglich im direkten Gespräch oder telefonisch oder per email. Außerdem wird der GWÖ-Bericht in der GWÖ-Regionalgruppe diskutiert.

Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

Täglich im direkten Gespräch oder telefonisch oder per email.

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

In unseren Teamgesprächen werden alle Anregungen und Verbesserungsvorschläge von Kund:innen diskutiert und das Ergebnis protokolliert. Die Gesprächsergebnisse mit der Regionalgruppe werden dort im Protokoll aufgenommen.

Verifizierungsindikatoren

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

Das hat für Apotheken keine praktische Relevanz.

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

Das hat für Apotheken keine praktische Relevanz.

E4.3 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfragen

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

Keine

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

Gar nicht

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

Gar nicht