

Gemeinwohlbericht 2012

PrivateBanking

**Raiffeisenbank Lech
am Arlberg**



03	<u>EINLEITUNG</u>
04	<u>VORWORT DES VORSTANDES</u>
06	<u>CHRONOLOGIE</u>
08	<u>DIE RAIFFEISENBANK LECH AM ARLBERG</u>
10	<u>BERICHT ZUR GEMEINWOHLBILANZ</u>
20	<u>MATRIX ZUR GEMEINWOHLBILANZ</u>
22	<u>VORSTAND UND MITARBEITER</u>
	<u>DER RAIFFEISENBANK LECH</u>



Wir bitten Sie um Verständnis, dass wir aus Gründen der leichten Lesbarkeit in diesem Gemeinwohlbericht auf Gender-Formulierungen verzichtet haben. Bitte verstehen Sie sämtliche personenbezogenen Bezeichnungen geschlechtsneutral.

Raiffeisenbank Lech/Arlberg · registrierte Genossenschaft mit beschränkter Haftung
Dorf 90 · 6764 Lech am Arlberg · BLZ 37449
Telefon +43(0)5583/2626 · Telefax -150
info@lechbank.com · www.lechbank.com

Bildnachweise:

Raiffeisenbank Lech (S. 4, 6, 7, 13, 15, 23)
Marcel Hagen (S. 8, 22, 23)
Energieinstitut Vorarlberg (S. 7)
Shutterstock (S. 6, 18), Gemeinde Lech (S. 12)
Bergrettung Lech (S. 17), Terra Institute (S. 21)

Mit **Gugler* Druck** haben wir bewusst ein Unternehmen für die Produktion unseres Geschäfts- und Gemeinwohlberichts ausgewählt, das sich achtsames Wirtschaften zum Wohle der Menschen und der Erde als Ziel gesetzt hat. Gugler* ist seit der Stunde Null Mitglied der Gemeinwohl-Ökonomie.

Höchster Standard für Ökoeffektivität:
Dieser Bericht wurde mit Cradle-to-Cradle®-Produkten (by gugler*) gedruckt. Sämtliche Druckkomponenten (ausgen. Bindung) sind für den biologischen Kreislauf optimiert.

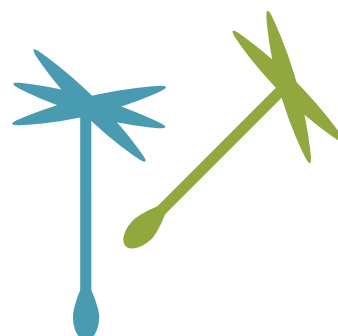
Dieses Papier stammt aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern und kontrollierten Quellen. www.pefc.at



greenprint*
klimapositiv gedruckt



Gemeinwohl-Ökonomie – ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft.



Seit 2012 beschäftigen sich Vorstand und Mitarbeiter der Raiffeisenbank Lech intensiv mit der Gemeinwohl-Ökonomie. In diesem Bericht werden die Ergebnisse, Zielsetzungen sowie die Gemeinwohlbilanz erläutert. Doch was ist die Gemeinwohl-Ökonomie? Eine kurze Zusammenfassung:

Die Gemeinwohl-Ökonomie beschreibt eine sozialere, ökologischere und demokratischere Wirtschaft. Sie ist auf Gemeinwohl-fördernden Werten aufgebaut.

Neues Wertesystem

Der Wertewiderspruch zwischen Markt und Gesellschaft soll aufgehoben werden. In der Wirtschaft sollen dieselben humanen Werte belohnt werden, die auch zwischenmenschliche Beziehungen gelingen lassen. Die Wirtschaft soll dabei wieder mit Werten und Zielen übereinstimmen, die in den meisten Verfassungen westlicher Demokratien bereits verankert sind.

Start 2009 in Österreich

Die erste Version des Modells inklusive Gemeinwohl-Bilanz wurde von einem Dutzend Unternehmer aus Österreich 2009 bis 2010 entwickelt. Im ersten Bilanzjahr 2011 erstellten 60 Pionier-Unternehmen aus drei Staaten die Gemeinwohl-Bilanz. 2013 nahmen bereits über 800 Unternehmen aus 15 Staaten teil.

Auf wirtschaftlicher Ebene

ist die Gemeinwohl-Ökonomie eine lebbare, konkret umsetzbare Alternative für Unternehmen verschiedener Größen und Rechtsformen. Der Zweck des Wirtschaftens wird anhand Gemeinwohl-orientierter Werte definiert. Wirtschaftlicher Erfolg wird nicht mehr anhand monetärer Faktoren wie Finanzgewinn oder BIP gemessen. In der Gemeinwohl-Ökonomie zählen Nutzwerte wie Grundbedürfnisse, Lebensqualität und Gemeinschaft.

Auf politischer Ebene

will die Bewegung für eine Gemeinwohl-Ökonomie rechtliche Veränderung bewirken. Ziel des Engagements ist ein gutes Leben für alle Lebewesen und den Planeten, unterstützt durch ein Gemeinwohl-orientiertes Wirtschaftssystem. Menschenwürde, globale Fairness und Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit und demokratische Mitbestimmung sind dabei wesentliche Elemente.

Auf gesellschaftlicher Ebene

ist die Gemeinwohl-Ökonomie eine Initiative der Bewusstseinsbildung für einen Systemwandel. Sie beruht auf dem gemeinsamen, wertschätzenden Tun möglichst vieler Menschen. Die Bewegung gibt Hoffnung und Mut und sucht die Vernetzung und Befruchtung mit anderen alternativen Initiativen.

Weitere detaillierte Informationen zur GWÖ:
www.gemeinwohl-oekonomie.org

90

PROZENT ALLER ÖSTERREICHER UND 88 PROZENT ALLER DEUTSCHEN WÜNSCHEN SICH EINE „NEUE WIRTSCHAFTSORDNUNG“.

ZU DIESEM ERGEBNIS IST EINE UMFRAGE DER BERTELSMANN-STIFTUNG VOM JULI 2010 GEKOMMEN.

GEMEINSAMER AUFBRUCH:
EIN WOCHENENDE IM KLOSTER
MARIENBERG IN MALS IN
SÜDTIROL WAR DER BEGINN
UNSERES WEGES IN RICHTUNG
GEMEINWOHL-ÖKONOMIE.



Was hat eine Bank mit dem Thema Gemeinwohl zu tun?

Was hat eine Bank mit dem Thema Gemeinwohl zu tun? Diese Frage hat sich – seitdem wir uns mit diesem Thema beschäftigen – wie ein roter Faden durch unsere Arbeit gezogen. Wir haben uns sehr über diese und alle weiteren kritischen Fragen gefreut, denn all diese Fragen haben uns gezeigt, dass wir genau auf dem richtigen Weg sind.

Banken werden, oft zu Recht, sehr kritisch betrachtet. Wir wollen zeigen, dass es auch anders geht und haben uns darum intensiv mit dem Thema Gemeinwohl beschäftigt. Aus diesem Grund bitten wir Sie an dieser Stelle, uns eine Chance zu geben und sich die Zeit zu nehmen, den folgenden Bericht genauer zu lesen.

Wir verstehen diese Gemeinwohlabilanz nicht als Marketingtool, sondern viel mehr als einen Weg, uns und unser Tun nach außen hin transparenter zu machen. Um diesen Wunsch nach Offenheit verstehen zu können, bedarf es eines kurzen Blicks in die Vergangenheit.

Als Genossenschaftsbank im Jahr 1901 von Menschen in der Region gegründet, war das Ziel die gemeinschaftliche Beschaffung von Geldmitteln zur Kreditvergabe und von landwirtschaftlichen Gütern. „Was dem Einzelnen nicht möglich ist, das vermögen viele“, war einer der Leitsprüche von F. W. Raiffeisen. Die Linderung der Not und die Befriedigung der wirtschaftlichen Bedürfnisse der Mitglieder standen im Vordergrund des genossenschaftlichen Tuns. Dieser Grundgedanke ist im Laufe der immer schneller werdenden Welt leider etwas ins Hintertreffen geraten. Besonders im Finanz-

bereich werden viele Unternehmen von der Idee getrieben, möglichst hohe Gewinne zu erzielen, ohne dafür arbeiten zu müssen. So haben die Finanzmärkte in einigen Bereichen ihren Bezug zur realen Welt verloren und sich zu einem gewissen Teil verselbstständigt. Diesem Trend wollen wir entgegenwirken und waren schon länger auf der Suche nach Auswegen und Alternativen.

Vor drei Jahren hat die Raiffeisenbank Lech begonnen, ein neues Leitbild zu erstellen. In dem fast zwei Jahre dauernden Prozess wurden alle Mitarbeiter mit einbezogen. Während der Entstehung haben sich unsere wichtigsten Werte herauskristallisiert. Aus diesem Prozess hat sich für die Bank viel Neues ergeben – dies war auch ein Ansporn, um gemeinsam mit unseren Mitarbeitern nach neuen Wegen zu suchen. Für uns ist das der erste Schritt zu neuen Wegen Richtung Gemeinwohl-Ökonomie.

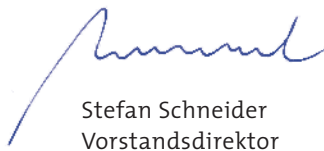
Wir glauben, dass uns die Gemeinwohlabilanz helfen kann, uns auf unsere Wurzeln zu besinnen und so einen positiven Einfluss auf unser Einzugsgebiet und unsere Region zu nehmen.

Ein besonderer Dank gilt hier unserem ehemaligen Vorstand Bernd Fischer. Er hat den Samen gestreut, der dieses Projekt hat wachsen lassen.

Sollten nach der Lektüre dieses Berichts noch Fragen ungeklärt geblieben sein, würden wir Sie bitten, uns direkt zu kontaktieren oder uns vor Ort zu besuchen.



Georg Gundolf
Vorstandsdirektor



Stefan Schneider
Vorstandsdirektor



Markus Walch
Vorstandsdirektor

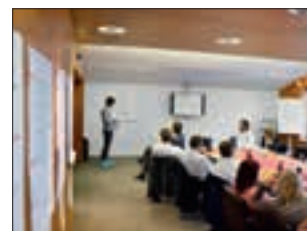
Unser Weg zur Gemeinwohlbilanz und weiter.

Es war am 13. März 2012, als der Vorstand der Raiffeisenbank Lech bei einer Klausur in Viktorsberg beschloss, sich der Idee der Gemeinwohl-Ökonomie anzuschließen. Eine Idee, die zum Projekt wurde. Ein Projekt, das wir als große Chance sehen, die Zukunft als Bank sinnvoll mitzugestalten.

Inhalte und Aufgaben wurden auf Arbeitsgruppen aufgeteilt. Alle 27 Mitarbeiter waren involviert. Es wurde recherchiert, kritische Fra-

gen gestellt. Es fanden viele Gespräche statt, Informationen wurden ausgetauscht. Es wurde analysiert. Verbesserungsvorschläge entstanden. In mehreren Feedbackrunden reflektierte Günther Reifer unsere Ergebnisse.

Es war ein großes Projekt, bei dem sprichwörtlich der Weg das Ziel war und immer noch ist. Wir haben nun eine erste Gemeinwohlbilanz erstellt. Ein Zwischenziel, denn der Weg geht weiter. Es gibt noch viel zu tun.



29. - 30.09.2012 | MITARBEITER-TAGE IN SÜDTIROL
ABFAHRT FRÜHMORGENS IN LECH. ZIEL IST DAS KLOSTER MARIENBERG IN MALS IM SÜDTIROL. ANKUNFT.
TAG 1. DICKE NEBELSCHWADEN UMZIEHEN DAS KLOSTER. GÜNTHER REIFER ERKLÄRT UNS DIE GEMEINWOHL-ÖKONOMIE.
TAG 2. ERSTE ARBEITSGRUPPEN BESCHÄFTIGEN SICH MIT DEN EINZELNEN KRITERIEN. DER NEBEL LICHTET SICH. ÜBER MALS. UND IN UNSEREN KÖPFEN.
MITTAGS RÜCKFAHRT NACH LECH.

22.10.2012 | UNSER WIKI STARTET
EIN WIKI WIRD INSTALLIERT. DER DIGITALE WISSENSAUSTAUSCH FLIESST. INFORMATIONEN WERDEN GESAMMELT UND ABGELEGT. TROTZDEM UNTERHALTEN WIR UNS WEITERHIN AUCH ANALOG.

05.12.2012 | ERSTE FEEDBACK-RUNDE MIT GÜNTHER REIFER
WIR HABEN UNS GEDANKEN ZU DEN KRITERIEN GEMACHT. GÜNTHER REIFER KOMMT NACH LECH UND GIBT UNS FEEDBACK. WIR ARBEITEN UNS IN DIE KRITERIEN EIN. DIE AUFGABEN SIND VERTEILT. WIR GEHEN AUF DIE SUCHE NACH INFORMATIONEN. UND NACH ANTWORTEN.

26.02.2013 | ZWEITE FEEDBACK-RUNDE MIT GÜNTHER REIFER
IN GRUPPEN HABEN WIR DIE KRITERIEN DER GEMEINWOHLBILANZ AUSGEARBEITET. GÜNTHER REIFER BESUCHT UNS HEUTE WIEDER IN LECH. WIR BEWERTEN UND BEGRÜNDEN. GÜNTHER REIFER GIBT UNS FEEDBACK.



13. - 14.03.2012 | VORSTANDSKLAUSUR IN VIKTORSBERG
 DER VORSTAND BESPRICHT DIE IDEE DER GEMEINWOHL-ÖKONOMIE UND BESCHLIESST, AM THEMA DRAN ZU BLEIBEN.



04.06.2012 | VORTRÄGE ZUR GEMEINWOHL-ÖKONOMIE
 WIR FAHREN NACHMITTAGS NACH ARBOGAST UM MEHR ÜBER DIE GEMEINWOHL-ÖKONOMIE ZU ERFAHREN. WIR, DAS SIND VORSTAND, MARKETING UND INITIATIVE LEBENSRAUM LECH. GÜNTHER REIFER VOM TERRA INSTITUTE HÄLT EINEN DER VORTRÄGE. WIR LERNEN IHN KENNEN. SPANNEND.



22.06.2012 | VORBESPRECHUNG IN LECH AM ARLBERG
 GÜNTHER REIFER BESUCHT UNS ERSTMALS IN LECH UND BESPRICHT MIT DEM VORSTAND EINE MÖGLICHE ZUSAMMENARBEIT. AUS MÖGLICH WIRD FIX.



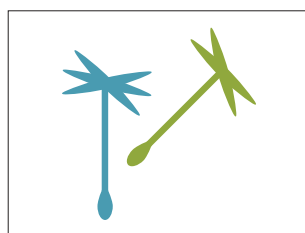
14.09.2012 | ORGANISATION DER MITARBEITERTAGE IN SÜDTIROL
 ORGANISATION EINER START-UP-VERANSTALTUNG IN SÜDTIROL. DIE MITARBEITER/INNEN SOLLEN DORT MEHR ÜBER DIE GEMEINWOHL-ÖKONOMIE ERFAHREN.



15.04.2013 | INTERNER WISSENSAUSTAUSCH
 ALLE MITARBEITER SOLLEN EINEN ÜBERBLICK ÜBER DIE BEARBEITETEN KRITERIEN BEKOMMEN. WIR TREFFEN UNS. DIE GRUPPEN TAUSCHEN IHR WISSEN AUS.



16.04.2013 | FERTIGSTELLUNG DER DOKUMENTATION
 GESCHAFFT. DIE DOKUMENTATION FÜR DEN GEMEINWOHLBERICHT IST FERTIG. WIR HABEN NUR NOCH EIN PAAR KLEINIGKEITEN ZU KORRIGIEREN.



16.05.2013 | AUDIT
 DER AUDITOR CHRISTIAN LOY PRÜFT UNSERE GEMEINWOHL-BILANZ. DIE SPANNUNG STEIGT. HÄLT UNSERE PUNKTEVERGABE? WIRD SIE NACH OBEN ODER NACH UNTEN KORRIGIERT?



11.06.2013 | PRÄSENTATION
 DER VORSTAND PRÄSENTIERT DEN GEDRUCKTEN GEMEINWOHLBERICHT IM RAHMEN DER GENERALVERSAMMLUNG. WIR FREUEN UNS ÜBER UNSERE ERSTE GEMEINWOHL-BILANZ. DIE ARBEIT HAT SICH GELOHNT. DOCH NACH DER BILANZ IST VOR DER BILANZ. WIR ÜBERLEGEN SCHON, WO UND WIE WIR UNS VERBESSERN KÖNNEN.

Raiffeisenbank Lech am Arlberg – unsere Geschäftsbereiche, unsere Verantwortung.



1901 IM HERZEN VON LECH
ALS GENOSSENSCHAFTSBANK
GEGRÜNDET: DIE RAIFFEISEN-
BANK LECH

Wer sind wir? Und wer sind unsere Kunden?
Wie verdienen wir unser Geld? Und was tun
wir damit?

Die Raiffeisenbank Lech wurde im Jahr 1901 von Lecher und Warther Bürgern gegründet. Als Genossenschaftsbank im Eigentum der Menschen der Region war ihre ursprüngliche Zielsetzung die Stärkung und Entwicklung der heimischen Wirtschaft und des Gemeinwesens in unserem unmittelbaren Lebensraum. Diese Mission ist bis heute der bestimmende Kern und Sinn unserer Arbeit.

Unsere Geschäftsfelder – unsere Kunden

Lech hat sich in den vergangenen Jahrzehnten zu einer bedeutenden und qualitativ hochwertigen Tourismusdestination entwickelt, die von Gästen aus der ganzen Welt geschätzt wird. Parallel zu dieser Entwicklung haben sich für die Raiffeisenbank Lech zwei wichtige Geschäftsfelder ergeben:

Zum einen ist da die Vermögensverwaltung. Lecher und Zürser Gäste schätzen die persönlichen Kontakte und die PrivateBanking-Kompetenz unserer Bank. So wurde die Raiffeisenbank Lech vom renommierten Fuchsreport bereits als „beste Österreichische Bank für Vermögensmanagement“ ausgezeichnet. Die meisten unserer PrivateBanking-Kunden sind langjährige Stammgäste. Seit vielen Jahren vertrauen sie uns ihr Geld an. Und aus so mancher Geschäftsbeziehung ist inzwischen eine wahre Bergfreundschaft entstanden.

Zum anderen fließen Gelder aus dem PrivateBanking wiederum in Form von Krediten in die qualitativ-touristische Entwicklung unseres Ortes. Womit wir beim zweiten wichtigen Geschäftsbereich unserer Bank wären: dem Firmenkundengeschäft bzw. der Finanzierung von Betrieben in Lech, Zürs und Warth.

Das Privatkundengeschäft spielt hier in Lech im Gegensatz zu vielen anderen Banken-Standorten keine sehr bedeutende Rolle, wird aber dennoch überaus Ernst genommen, da wir unsere wichtige Rolle als Nahversorger in der Region sehen.

Unsere Verantwortung gegenüber der Region

Wir arbeiten mit, dass unsere Region ein lebendiger und zukunftsfähiger Lebensraum für seine Bewohner bleibt. Weil wir uns für unseren Lebensraum mitverantwortlich fühlen, nehmen wir teil am öffentlichen Leben und gestalten an der Entwicklung unseres Gemeinwesens in den Dörfern aktiv mit.

Die 2006 von uns gegründeten „Initiative Lebensraum Lech“ ist unser drittes Geschäftsfeld und eine wichtige Investition in die Zukunft. So fließt ein Teil des verdienten Geldes wieder zurück. Wir organisieren Veranstaltungen und Workshops, arbeiten aktiv an Projekten wie dem Grünen Ring mit. Wir unterstützen heimische Vereine und sponsern Veranstaltungen.

UNTERNEHMENSAKTEN:

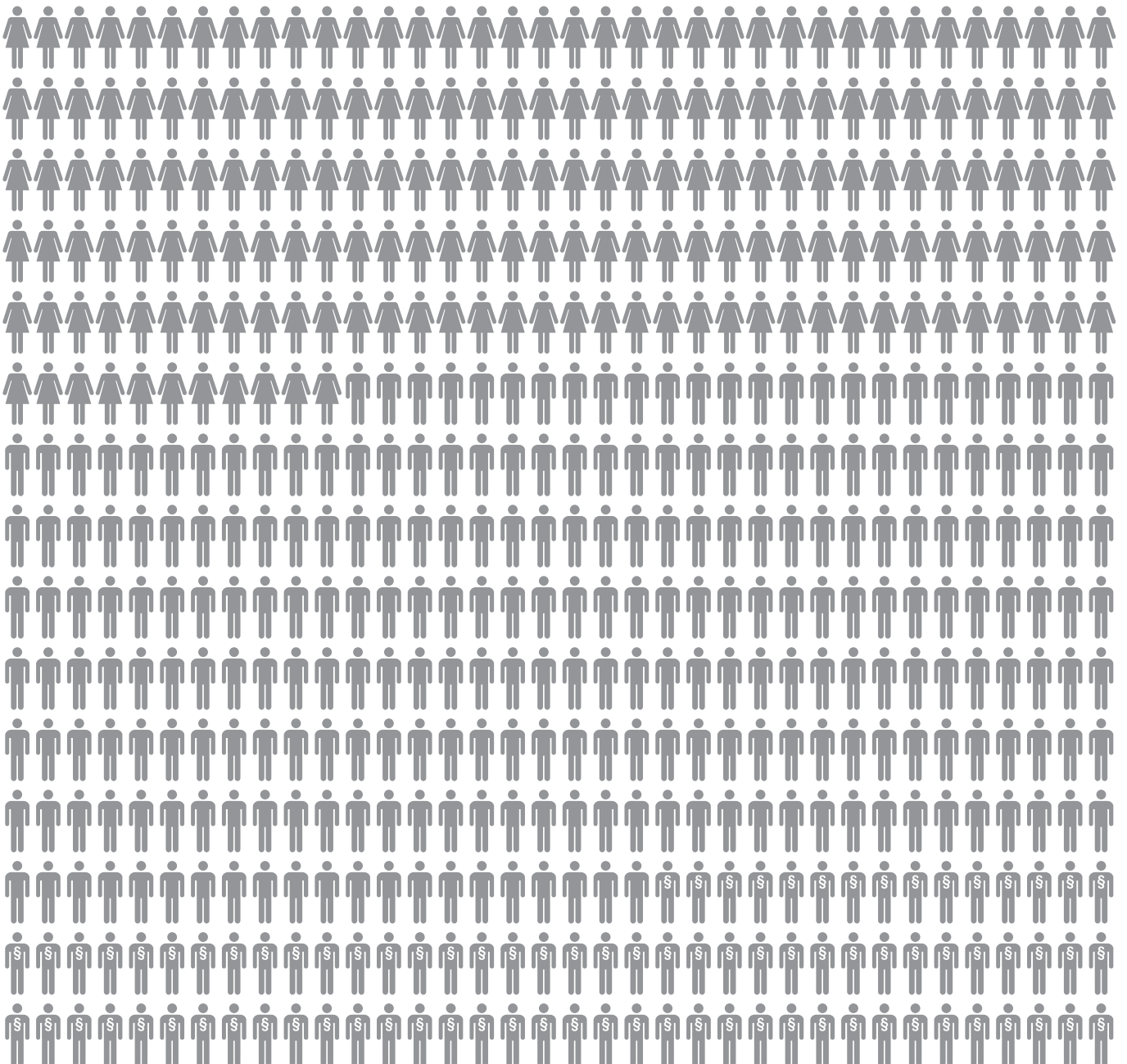
FIRMENNAME: RAIFFEISENBANK LECH/ARLBERG
GRÜNDUNG: 1901 ALS GENOSSENSCHAFTSBANK
ANZAHL DER MITGLIEDER 2012: 540

BILANZSUMME: 293 MIO. EURO
EIGENMITTEL: 31 MIO. EURO
EGT: 3 MIO. EURO
KUNDENGESCHÄFTSVOLUMEN: 625 MIO. EURO

ANZAHL DER MITARBEITER: 27
DURCHSCHNITTSALTER: 40 JAHRE
DURCHSCHNITTLICHE DIENSTJAHRE: 14
KRANKHEITSTAGE PRO MA UND JAHR: 4
EINKOMMENSspreizung: 1 zu 3,8
ÜBERSTUNDEN PRO JAHR UND MA: 6
GEMEINWOHLSTUNDEN PRO JAHR: 5.234
MOBILITÄT ZUM
ARBEITSPLATZ MIT ÖPNV: 74%

540

PERSONEN (453 NATÜRLICHE,
87 JURISTISCHE PERSONEN)
SIND EIGENTÜMER DER
RAIFFEISENBANK LECH.



Bericht zur Gemeinwohlbilanz 2012 der Raiffeisenbank Lech.



DEN UNGEKÜRZTEN BERICHT ZUR GEMEINWOHLBILANZ DER RAIFFEISENBANK LECH KÖNNEN SIE HIER HERUNTERLADEN (PDF-DOKUMENT): WWW.LECHBANK.COM/GEMEINWOHLBERICHT

Dies ist eine Zusammenfassung des rund 60 Seiten umfassenden Berichtes zur Gemeinwohlbilanz. In dieser gekürzten Version erfahren Sie das Wichtigste zu unseren Ergebnissen in den einzelnen Kriterien. Wenn Sie an bestimmten Stellen in die Tiefe gehen oder den gesamten Bericht im Detail lesen wollen, können Sie ihn gerne unter dem nebenstehenden Link als PDF herunterladen.

A1 Ethisches Beschaffungswesen

Für die Aufrechterhaltung der (alltäglichen) Arbeit müssen immer wieder Leistungen und Produkte zugekauft – also beschafft – werden. Die Raiffeisenbank Lech am Arlberg unterhält Beziehungen zu knapp mehr als 200 Lieferanten, die im Jahr 2012 Aufträge zwischen 10,- und 62.000,- Euro abgewickelt haben. Die Gesamtsumme dieser Aufträge beträgt 580.000,- Euro (exkl. der Leistungen an die Raiffeisen Landesbank/RLB und das Raiffeisen Rechenzentrum/RRZ).

Die Analyse der Beschaffungsstruktur bestätigt, dass wir seit je her nachhaltig und regional agieren: Der Stromtarif setzt sich aus immerhin 80% Ökostrom zusammen, die Heizenergie stammt aus dem Heizwerk Lech. Zugekaufte (Dienst-) Leistungen und Produkte stammen wenn möglich aus der Region. Bei den Beschaffungen wird selbstverständlich auf das ausgewogene Preis-Leistungs-Verhältnis geachtet, zur Kontrolle werden Vergleichsangebote eingeholt, die Bank verzichtet allerdings auf preisdrückende Verhandlungen: Aufgrund langfristiger ausgelegter partnerschaftlicher Zusammenarbeit setzt die Bank darauf, faire Honorare für gute Arbeit zu zahlen.

Für die Zukunft ist die Umstellung auf 100% Ökostrom angedacht. Bei der Beschaffung externer Leistungen und Produkte könnten verschiedene Beschaffungsmerkmale (Regionalität, Richtpreise oder andere Kriterien) automatisch erfasst und dadurch nachvollziehbar gemacht werden. Diese Art der Transparenz wäre notwendig, da innerhalb der Bank mehrere verschiedene Ansprechpartner mit dem Beschaffungswesen für ihren Bereich beschäftigt sind. Auf diese Weise werden einheitliche Standards geschaffen.

B1 Ethisches Finanzmanagement

Die grundlegenden Betrachtungen drehen sich um die beiden Themenbereiche „woher kommen die Geldmittel unserer Bank“ und „was macht unsere Bank mit diesen Geldmitteln“. Aufgrund der Rechtsform als Genossenschaft ist die Raiffeisenbank Lech am Arlberg anders strukturiert als einige ihrer Mitbewerber. Für 15,- Euro kann jeder Interessent stimmberechtigtes Genossenschaftsmitglied werden (und trägt eine Haftung mit dem 20fachen der Einlage = 300,- Euro). Weitere Anteile stammen aus dem PrivateBanking und klassischen Kundeneinlagen, größtenteils von der regionalen Bevölkerung. Darüber hinaus ist die Bank mit einem Verbund einzelner Raiffeisenbanken, der Raiffeisenlandesbank Vorarlberg und damit indirekt der Raiffeisenzentralbank und der Raiffeisenbank International verbunden. Praktisch haben wir großen Einfluss und umfassende Kontrolle auf die Herkunft der einkommenden Mittel – wobei wir uns das Recht vorbehalten, Kunden und deren Einlagen, die unseren ethischen Grundsätzen widersprechen, abzulehnen.

132.182

EURO GAB DIE RAIFFEISENBANK LECH IM JAHR 2012 FÜR PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN VON LECHER UND WARTHER BETRIEBEN AUS.

Über ausgegebene Finanzierungen lässt sich unser Gemeinwohlanspruch präzise steuern. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Kunden prüfen wir sehr genau, ob Finanzierungen nachhaltig getätigt werden (also auf lange Sicht gewinnbringend investiert werden und leistungsfähig sind). Spontane Finanzierungsangebote (z.B. bei Hochwasserschäden 2005), bei denen die Bank auf Zinsgewinne verzichtet hat, sind weitere Beispiele, wie wir Kapital gemeinwohlgerecht einsetzen können.

Ziel ist es, das regionale Engagement weiter auszubauen und projektbezogen nutzbar zu machen. Nach dem Motto „von der Region für die Region“ wollen wir unsere Marktposition nutzen, um Vorteile für das Land und seine Leute zu generieren.

C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung

Die Qualität der Arbeit – und ihre Wahrnehmung durch die Kunden – wird stark von der Qualität des Arbeitsplatzes und -umfelds bestimmt. Da es bisher keine nachvollziehbaren Daten zu diesem Thema gab, wurde der aktuelle Status Quo mittels Fragebogen erhoben. Die Ergebnisse daraus lassen Rückschlüsse auf die Zufriedenheit der Mitarbeiter zu. Generell gilt: Jeder ist zum Großteil selbst für sich und den jeweiligen Arbeitsbereich verantwortlich. Die Arbeitszeiten sind flexibel gestaltet, es muss lediglich sichergestellt sein, dass die Abläufe innerhalb der Bank pünktlich und präzise eingehalten werden können. Freizeit und Urlaube werden abteilungsintern vereinbart. Das erst 2004 erbaute Bankgebäude ist offen und barrierefrei strukturiert. Die Arbeitsplätze bieten einerseits Gelegenheit zum Teamwork, anderer-

seits auch Raum für persönliche Gestaltung. Leer stehende Büros und Besprechungsräume können bei Bedarf als Rückzugsräume genutzt werden. Frisches Obst, Vergünstigungen für Sportangebote, Kurse zur Persönlichkeitsbildung und flache Hierarchien schaffen ein angenehmes Arbeitsumfeld. Spannungen zwischen weiblichen und männlichen Mitarbeitern konnten nicht ausgemacht werden.

Kritikpunkte rühren eher von persönlichen Befindlichkeiten her: Raumtemperatur, Luftfeuchtigkeit, Helligkeit sowie die Lärm- und Geräuschkulisse werden von den Mitarbeitern unterschiedlich empfunden. Es wird wohl nicht möglich sein, alle Wünsche gleichzeitig zu erfüllen. Es zeigt uns aber, dass auch ein relativ modernes Arbeitsumfeld noch optimiert werden kann. Institutionalisierte Mitarbeiterbefragungen – und nicht zuletzt die gegenseitige Rücksichtnahme – können zur Verbesserung der prinzipiell guten Arbeitsplatzsituation beitragen.

C2 Gerechte Verteilung des Arbeitsvolumens

Mit 38,5 Stunden entspricht die Regelarbeitszeit in der Bank dem in Österreich üblichen Maß. Von den insgesamt 27 Mitarbeiter sind vier als Teilzeitkräfte angestellt. Die interne Flexibilität würde erlauben, bei konkreten Wünschen auch andere Mitarbeiter in den Teilzeitmodus zu übernehmen. Lediglich im Marketingbereich bekommen wir Unterstützung von einer externen Fachkraft, ansonsten werden alle Leistungen „inhouse“ erbracht. Sämtliche Mitarbeiter erfassen ihre Arbeitszeit minutengenau über ein elektronisches System – mit Ausnahme der Vorstände und eines Prokuristen.

169

ÜBERSTUNDEN WURDEN IM JAHR 2012 IN DER RAIFFEISENBANK LECH INSGESAMT GELEISTET, DIE NICHT ALS ZEIT AUSGLEICH KONSUMIERT WURDEN. DAS SIND RUND SECHS ÜBERSTUNDEN PRO MITARBEITER UND JAHR.

74

PROZENT DER MITARBEITER DER RAIFFEISENBANK LECH KOMMEN REGELMÄSSIG MIT ÖFFENTLICHEN VERKEHRSMITTELN ZUR ARBEIT.

Aus diesem Grund ist es recht einfach, Überstunden zu bemessen und zu bewerten. In der Bank gilt die Regelung, dass (bis auf wenige Ausnahmen) pro Monat nur maximal 15 Über-/Unterstunden geltend gemacht werden dürfen. Alle Stunden darüber verfallen ersatzlos, Stunden darunter werden mit Urlaubstagen gegengerechnet. Im Jahresdurchschnitt 2012 wurden auf diese Weise pro Mitarbeiter und Monat im Schnitt rund eine halbe Stunde nicht angerechnet. Es fallen also kaum Überstunden an, die nicht als Zeitausgleich konsumiert werden.

Sollten auffällig viele Überstunden anfallen, wird dies ins jährliche Mitarbeitergespräch miteingebunden. Sukzessive sollten Pauschalverträge veränderten Rahmenbedingungen angepasst werden. Überstunden-Ausnahmen (z.B. bei Veranstaltungen) müssen im Vorfeld abgeklärt werden.



C3 Forderung und Förderung ökologischen Verhaltens der Mitarbeiter

Aufgrund der regionalen Ausrichtung unseres Unternehmens kommt dem Bereich Ökologie hohe Bedeutung zu – das fängt bei scheinbar unbedeutenden Details innerhalb der Arbeitsabläufe an und hört bei der Außenwirkung noch lange nicht auf. Ein solches Detail ist z.B. die gesunde Ernährung am Arbeitsplatz und in der Mittagspause. Die Bank stellt gratis Obst zur Verfügung, die Mitarbeiter erhalten geförderte Mittagessen in regionalen Betrieben. Die Mobilität zum und vom Arbeitsplatz ist wiederum Privatsache: 20 der 27 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nutzen öffentliche Verkehrsmittel. Dienstliche Wege werden aufgrund der räumlichen Nähe großteils zu Fuß, mit dem E-Bike oder mit dem bankeigenen Segway erledigt, für weitere Wege stehen (aufgrund der nicht optimalen Busanbindung) zwei Dienstfahrzeuge zur Verfügung.

Ökologische Handlungsweisen sind in der Bank nicht institutionalisiert. Trotzdem ist innerhalb der Belegschaft das Thema Ökologie – nicht zuletzt aufgrund der Zusammenarbeit mit externen Energieberatern im Förderwesen – im Bewusstsein vorhanden. In regelmäßigen Aussendungen kommuniziert die Bank praktische Energiespartipps. Bei einer ersten internen Erhebung des „ökologischen Fußabdrucks“ zeigt sich, dass die Mehrheit der Mitarbeiter unter dem Österreichdurchschnitt liegt. Dieser Vorzeigewert könnte durch Anpassungen im Mobilitätsverhalten (öffentlicher Nahverkehr, Erneuerung des Fuhrparks) weiter optimiert werden.

C4 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit

Wie verteilt sich die Höhe des Gehalts innerhalb der Belegschaft? Es ist festzustellen: zu diesem Thema gibt es keine öffentlich einsehbaren Unterlagen. Die Gemeinwohl-Ökonomie definiert bei Vollbeschäftigung monatliche Einkommensrichtwerte von mindestens 1.250,- und höchstens 12.500,- Euro. Die Einkommen aller Mitarbeiter der Bank – inklusive Vorstand – liegen dazwischen. Das Verhältnis des niedrigsten zum höchsten Netto-Einkommen in der Raiffeisenbank Lech liegt bei 1 zu 3,8.

In einer internen Befragung zeigen sich die Kollegen überwiegend mit der Höhe des Gehalts zufrieden. Bei der abgefragten Bereitschaft, die Gehälter offen zu legen scheiden sich die Geister. Interne „Unruhe“ wird befürchtet, wenn Gehaltszahlen verglichen würden. Deshalb bekräftigt der Vorstand, dass sich die Höhe des Gehalts jedes Mitarbeiters aufgrund von Dienstjahren, Ausbildung und Know-how nachvollziehbar argumentieren lassen. Aus diesem Umstand ergibt sich die Frage, ob Gehälter nicht auch anonymisiert offen gelegt werden könnten, um zumindest die Einkommensspreizung transparent zu machen.

Für die Zukunft kann angedacht werden, das persönliche Gehalt als Thema in die jährlich geführten Mitarbeitergespräche aufzunehmen. Im Sinne des Gemeinwohlberichts können das Mindesteinkommen und das Höchsteinkommen sowie die tatsächliche Einkommensspreizung weiterhin beobachtet und berichtet werden – Zielsetzungen bezüglich dieser Werte muss man allerdings erst definieren.

C5 Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz

Welche Daten und Informationen werden (von wem und für wen) zugänglich gemacht? In der Raiffeisenbank Lech am Arlberg wird hier zwischen operativen und strategischen Entscheidungen unterschieden. Die interne Analyse zeigt, dass die Mitarbeiter regelmäßig über den wirtschaftlichen Status Quo (Monatsbericht, Quartalsbericht) informiert werden. Bei operativen Themen ist es erwünscht, dass sie sich persönlich einbringen und ihre Ideen gegebenenfalls auch umsetzen. Strategische Entscheidungen werden auf Vorstandsebene getroffen und umgesetzt. Die Möglichkeit der Mitbestimmung bei der Realisierung von Projekten variiert von Abteilung zu Abteilung: bei banktechnischen Angelegenheiten sind viele Abläufe fix vorgegeben, im kommunikativen Bereich hingegen sind die Möglichkeiten der Umsetzung weitgehend offen.

Vorstände werden durch den Aufsichtsrat bestimmt und die Raiffeisenlandesbank bestätigt. Theoretisch können Vorstände im Zuge der Generalversammlung abgewählt werden. Eine Möglichkeit, Abläufe transparent zu machen ist die Erstellung einer Entscheidungs-Matrix, die darstellt und begründet, wer welche Daten und Informationen einsehen/nicht einsehen darf.

1:3,8

BETRÄGT DAS VERHÄLTNISS
DES NIEDRIGSTEN ZUM
HÖCHSTEN NETTO-EIN-
KOMMEN DER MITARBEITER
(INKL. VORSTAND) DER
RAIFFEISENBANK LECH.

O

EURO AN PROVISIONEN AUS VERKÄUFEN WURDEN 2012 AN MITARBEITER AUSGESCHÜTTET. IN DER RAIFFEISENBANK LECH GIBT ES KEINE ZIELVEREINBARUNGEN FÜR DIE BERATER.

D1 Ethisches Verkaufen

Anders als bei unseren Mitbewerbern liegt der Fokus unseres Handelns nicht auf der Gewinnmaximierung. Dieser Umstand leitet sich aus unserer Rechtsform als Genossenschaftsbank ab. Nicht der kurzfristige Geschäftserfolg, sondern der langfristige Nutzen unserer Genossenschaftsmitglieder und Kunden steht im Vordergrund unserer Arbeit und unseres Handelns. Ziel ist es, die regionale heimische Wirtschaft zu unterstützen und zu stärken. Aufgrund dieser untypischen Ausrichtung wählen wir auch einen branchen-untypischen Weg: Unsere Mitarbeiter erhalten für den Verkauf von Produkten keinerlei Vorgaben, Anreize oder Provisionen. Auf diese Weise lässt sich neutral und unbelastet der jeweilige Vorteil für die Kunden am besten herausarbeiten. Etwaige Provisionszahlungen werden kollektiv dem Betriebsrat oder Pensionsfonds zugeführt. Aus diesem Grund gibt es keine Verkaufsschulungen, sondern interne Informationen rund um die Produktlösungen selbst. Kurz und gut: Die Raiffeisenbank Lech am Arlberg beschäftigt keine Verkäufer, sondern Berater.

Bei der Raiffeisenbank Lech werden keine konkreten Produkte beworben. Stattdessen werden beispielsweise im PrivateBanking bereits seit sechs Jahren Beziehungen untereinander und zu Kunden mit dem Begriff „Bergfreundschaft“ beschrieben. Informationen zu Produktgruppen werden sehr selektiv an Interessenten ausgesendet. Werbematerial, das wir verpflichtend von der Raiffeisenlandesbank abnehmen müssen, wird von uns kaum genutzt. Einen großen Teil der Ausgaben betreffen Imagearbeit vor Ort, Sponsoring und (teilweise auch tatkräftige) Unterstützung wie z.B. der „Initiative Lebensraum Lech“.

Um unsere Ausrichtung in Zukunft stärker und besser fokussiert umzusetzen, sollten Richtlinien für den ethischen „Verkauf“ (in unserem Fall also die persönliche Beratung) erstellt werden. Zur weiteren Analyse müsste ein System gefunden werden, das diesen „Verkaufserfolg“ z.B. in Form der Kundenzufriedenheit darstellt. Auf dieser Basis gilt es, Kosten und Nutzen im Marketingbereich kritisch zu hinterfragen.

D2 Solidarität mit Mitunternehmen

In ganz Vorarlberg gibt es 23 eigenständige Raiffeisenbanken. Innerhalb dieses Sektors wird themenspezifisch z.B. im Bereich Geldwäsche und Controlling zusammengearbeitet. Weiters sind wir bemüht, die regionalen Zuständigkeiten der Raiffeisenbanken nicht zu torpedieren. Kunden aus anderen Regionen werden von uns – siehe voriges Kapitel – an die örtliche Raiffeisenbank verwiesen. Über den Raiffeisen-Sektor hinaus gibt es keine weitere Kooperation mit anderen Banken. Für uns ist es selbstverständlich, dass wir in unserer Kommunikationsarbeit andere Banken und Unternehmen nicht schlecht oder abwertend darstellen. Sinnvolle Kooperationen wären in Zukunft aber durchaus anzudenken und umzusetzen.

D3 Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen

Die Produkte und Dienstleistungen der Raiffeisenbank Lech am Arlberg sind durchaus mit den Produkten und Dienstleistungen anderer Banken (des Landes) vergleichbar, die ökologische Gestaltung hingegen ist sehr beschränkt. Anders verhält es sich mit der Raiffeisen „Klimaschutzinitiative“, einer Plattform nachhaltiger

Finanzprodukte rund um Bauen, Wohnen, Energie und Verkehr. Hier gibt es spezielle Kreditaktionen, die aber innerhalb der Bank wenig bekannt sind und kaum forciert werden.

Dementsprechend müssen wir diesen Themenbereich in Zukunft stärker ansprechen. Vor allem bei Neu- und Umbauprojekten unserer Kunden können wir unser bestehendes Know-how sowie die guten Kontakte zu Energieberatern der Region nutzen, um Bewusstseinsbildung zu betreiben.

Direkten geschäftlichen Einfluss haben wir bei der Verhinderung, dass unser Lebensraum „ausverkauft“ wird – speziell im Immobilienbereich. Obwohl hier Geschäftspotenzial vorhanden wäre, verzichten wir bewusst darauf. Diese Vorbildwirkung wollen wir in Zukunft ausbauen und verstärken.

D4 Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen

Die Kundenstruktur unserer Bank teilt sich in PrivateBanking-, Privat- und Geschäftskunden auf. Für die verschiedenen Kundengruppen gibt es passende Spar- und Finanzierungslösungen. Spezielle Produkte für einkommensschwache, arbeitslose, pensionierte oder körperlich beeinträchtigte Personen gibt es nicht. Prinzipiell kann jeder Interessent – zumindest auf Haben-Basis – Kunde bei unserer Bank werden.

Im Fall des Falles zeigen wir uns unseren Kunden gegenüber kulant. Bei Einschränkungen der Zahlungsfähigkeit stunden wir Raten, erarbeiten gemeinsam Lösungen oder verzichten teilweise auf die Einhebung von Unkostenbeiträgen. Speziell bei der Finanzierungsvergabe

wird darauf geachtet, ob sich Kunden den Kredit leisten können – „nur“ Sicherheiten zu haben, ist dabei zweitrangig.

Im Jahr 2005 haben wir nach einem Hochwasser als Soforthilfe eine Anleihe aufgelegt, um Notfinanzierungen bereitstellen zu können. Sowohl Anleihe als auch Finanzierungen wiesen Zinssätze unterhalb der Marktnorm auf. Die Differenz wurde von unserer Bank getragen – ein weiteres Beispiel unserer nachhaltigen Leistungen. Aus dieser Idee resultiert die Zielsetzung, den Anteil sozial wertvoller Leistungen zu erhöhen. Auch die prinzipiell gegebene (gebäudetechnische) Barrierefreiheit sollte durch die Installation moderner Automaten und Geräte ausgebaut werden. Die Kooperation mit „ethisch fragwürdigen“ Unternehmen sollte in Zukunft über einen verbindlichen Maßnahmenkatalog geregelt sein.

DAS HOCHWASSER IM JAHR 2005 VERWÜSTETE TEILE VON LECH. DIE RAIFFEISENBANK LECH REAGIERTE MIT EINER HOCHWASSER-ANLEIHE.



D5 Erhöhung des sozialen und ökologischen Branchenstandards

Innerhalb des Produktportfolios gibt es wenig Spielraum zur Erhöhung sozialer und ökologischer Standards. Wir unternehmen erste Schritte auf der Suche nach ethischen Produkten im Wertpapierbereich. In der regionalen Projektarbeit leisten wir allerdings bereits gute Arbeit, z.B. mit der „Initiative Lebensraum Lech“ oder dem Projekt „Aktiv Rasten“. Auch das Bonussparen für Kinder – sparen mit hochwertigen praktischen Geschenken als Anreiz – hat landesweit Schule gemacht. Gemeinsam mit den Kindern der Gemeinde säubern wir den „Grünen Ring“, Teile der Schipisten, die dann im Sommer aufblühen können. Die Produktion einer eigenen Schokolade als Kundengeschenke, in Kooperation mit Spezialisten aus der Region, konnte auch außerhalb unseres Einzugsgebiets Aufmerksamkeit erregen.

Die branchenweit unübliche Abwicklung des Provisionssystems – wir zahlen keine Provisionen aus, gewonnene Beträge kommen dem Betriebsrat oder Pensionsfonds zugute – wird (noch) nicht extern kommuniziert. Gerade an dieser Stelle sehen wir Potenzial, die Branche und Öffentlichkeit auf alternative Herangehensweisen aufmerksam zu machen.

Dieser konkrete Umstand und die weiteren sozialen Projekte sollten zukünftig auf Basis eines klar formulierten Konzepts einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Denn gerade in diesen Punkten können wir unsere Vorreiter-Rolle als Motivation für andere nutzen.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Um die gesellschaftliche Wirkung unserer Produkte und Dienstleistungen erheben zu können, wurde zuerst die Breite und Tiefe unserer angebotenen Leistungen evaluiert. Das Resultat entspricht den Leistungen einer Bank, also Sparprodukte, Finanzierungsprodukte und Anlageprodukte – jeweils verknüpft mit gesetzlichen Auflagen, markttechnischen Rahmenbedingungen sowie persönlicher Kundenberatung – die in der Raiffeisenbank Lech am Arlberg besonders stark ausgeprägt ist. Darüber hinaus zeichnet unser Institut für die Abwicklung des (alltäglichen) Zahlungsverkehrs verantwortlich.

Die stärkste gesellschaftliche Wirkung lässt sich über das Kreditgeschäft der Bank bewirken. Das verliehene Kapital ist in der Lage, über die Kreditnehmer konkret Gestalt anzunehmen – z.B. in Form des Baus einer Immobilie oder der Anschaffung von Anlagen für ein Unternehmen. Deshalb legen unsere Berater hier größten Wert auf eine genaue Analyse des persönlichen/unternehmerischen Umfelds der Kreditnehmer und ihrer weiteren Pläne und Perspektiven. Anders als andere Banken legen wir nicht nur Wert auf die passende (gesetzliche) Eigenkapitalquote und Sicherheiten, sondern durchleuchten auch die wirtschaftliche Sinnhaftigkeit eines Kredits. In diesem Sinne agieren wir stark regional ausgerichtet: Unsere Kunden sind zumeist Einheimische – deren Mittelherkunft und Mitteleinsatz wir aus unserem direkten Einzugsgebiet kennen.

Es gibt die interne Übereinkunft, keine Mittel für den „Ausverkauf“ unserer Heimat an auswärtige Interessenten zu vergeben. In Zukunft können Beratungen mit einem Energieschwerpunkt und der Orientierung an nachhaltigen und naturverträglichen Investitionen verknüpft werden.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Der Beitrag der Raiffeisenbank Lech am Arlberg zum Gemeinwesen kann mit Fug und Recht als „vorbildlich“ bezeichnet werden – und zwar durch die Bank! Klar, dass dieses Engagement unseren Mitarbeitern zu verdanken ist. Sie unterstützen das Gemeinwesen innerhalb der Region in beruflichen Bereichen, aber auch privat (teilweise gefördert innerhalb der Arbeitszeiten). Zum Beispiel mit der „Initiative Lebensraum Lech“, in verschiedenen Vereinen oder dem Rettungswesen.

Für die „Initiative Lebensraum Lech“ und die Realisierung der Initiativ-Projekte Grüner Ring, Seniorennachmittag, Herbstfest, Kabarett, Laufschule, Marke Lech-Zürs, familienfreundliche Gemeinde, verschiedenste Tageskurse und weitere Aktivitäten stellen wir als Bank eine ganze Arbeitskraft sowie eine Arbeitskraft zum Teil – mit Personalkosten von rund 108.000,- Euro – zur Verfügung. Für die Umsetzung des Jugendclubs der Raiffeisenbank, den Lechclub, wenden wir weitere 10.000,- Euro pro Jahr auf. Auch unsere Räumlichkeiten stellen wir kostenlos für Ausstellungen und regionale Veranstaltungen zur Verfügung.

Mitarbeiter, die in Vereinen, der Feuerwehr oder dem Rettungswesen engagiert sind, ist es möglich, ihre ehrenamtlichen Tätigkeiten in gewissem Rahmen innerhalb der Arbeitszeit zu erledigen – z.B. Kassiertätigkeiten oder das Ausrücken zu Rettungseinsätzen (rund 130 Stunden im Jahr 2012). Für Rettungsmitglieder innerhalb der Belegschaft schließen wir darüber hinaus eine separate Unfallversicherung ab.

Auch über unsere Bankleistungen fördern wir das Gemeinwesen, z.B. über zinslose Kredite nach Umweltschäden oder durch die Unterstützung von in Not geratenen Kunden. Selbstverständlich stellen wir dort, wo es Sinn macht, unser Wissen und unser Kapital in Form von Unterstützungen und Sponsoring zur Verfügung, um zum Wohlbefinden der Menschen und Steigerung der Leistungsfähigkeit der Region beizutragen.

3.016

EHRENAMTLICHE STUNDEN IN VEREINEN LEISTETEN DIE MITARBEITER DER RAIFFEISENBANK LECH IM JAHR 2012 IN IHRER FREIZEIT UND AUCH WÄHREND DER ARBEITSZEIT.

UNSERE MITARBEITERIN MELANIE HUBER BEI EINER AUSBILDUNG FÜR DIE BERGRETUNG LECH AM OCHSEN-TALER-GLETSCHER.



200.015

A4 SEITEN WURDEN IM JAHR 2012 IN DER RAIBA LECH GEDRUCKT.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Die direkten ökologischen Auswirkungen lassen sich weniger über unsere Produkte und Dienstleistungen messen, sondern vielmehr über den tatsächlichen Aufwand, die Infrastruktur der Bank zu betreiben. Konkret handelt es sich dabei um den Heizbedarf in den teilweise langen und harten Wintermonaten, den Materialverbrauch innerhalb der Bankstellen und Büros, den Stromverbrauch durch unsere Anlagen, Maschinen und Computer sowie den bereits angesprochenen Aufwand und Verbrauch für Dienstreisen mit den beiden Firmenautos.

Die Bank betreibt ein Bankgebäude in Lech und eine Filiale in Warth sowie ein Mitarbeiterhaus in Stubenbach. Der Standort Warth wird noch mit Öl beheizt, Lech und Stubenbach nutzen Fernwärme aus Hackschnitzeln. Der Stromverbrauch der Bank und ihrer Gebäude lässt sich – so wie der Heizaufwand – kaum gezielt beein-

flussen, da die Geräte für den Betrieb laufen müssen. Bereits jetzt sind relativ strenge Vorgaben in Kraft, die z.B. das Ausschalten von Computern, Monitoren und Druckern über Nacht bestimmen. Auch Gang- und Bürobeleuchtungen werden außerhalb der Arbeitszeiten automatisch reduziert bzw. abgeschaltet. Hier könnte weiteres Sparpotenzial durch die Installation von LEDs ausgeschöpft werden. Das ist derzeit aber aufgrund technischer Voraussetzungen nicht möglich.

Die beiden Firmenautos werden hauptsächlich für längere Fahrten genutzt. Der Mercedes R-Klasse weist dabei einen doppelt so hohen Verbrauch wie der VW Golf auf, lässt sich derzeit aber wirtschaftlich nicht sinnvoll verkaufen und wird deshalb weiterverwendet. Mittelfristig ist die Anschaffung umweltfreundlicher Fahrzeuge angedacht. Konkrete Umsetzungen für den Umweltschutz konnten allerdings direkt am Arbeitsplatz umgesetzt werden. Werkseitige Einstellungen der Drucker – automatisches Ausdrucken in doppelter Ausführung und in Farbe – konnten nach Intervention bei der Raiffeisenlandesbank umgestellt werden. Auf diese Weise werden Papier, Toner und Strom gespart – was sich durch Zweifarbdruck in Zukunft weiter verbessern lässt.

E4 Minimierung der Gewinnausschüttung an Externe

Aufgrund unserer Genossenschaftsstruktur wird im Zuge der jährlichen Generalversammlung darüber entschieden, ob Gewinn ausge-



BEI KÜRZERE FAHRTEN INNERHALB LECHS KOMMEN AUCH DER EIGENE SEGWAY ODER DAS E-BIKE ZUM EINSATZ.

schüttet wird – oder nicht. Einerseits gelten Genossenschaftsmitglieder nicht als Externe, andererseits wurde laut Aufzeichnungen der Bank noch nie Gewinn ausgezahlt.

E5 Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung

Als Bank erfüllen wir klar definierte Rahmenbedingungen der Transparenz. Einblicke in Geschäftszahlen, die laufende Entwicklung und Perspektiven für die Zukunft, werden im Geschäftsbericht, auf unserer Homepage sowie im Zuge der Generalversammlung präsentiert. In der Generalversammlung können die Mitglieder mitbestimmen. Darüber hinaus sind weder die Bank noch ihre Mitarbeiter in öffentlichen oder politischen Gremien vertreten. Über Projektgruppen (z.B. die „Initiative Lebensraum Lech“) arbeiten wir allerdings aktiv in gesellschaftlich relevanten Bereichen mit.

Für die Zukunft kann angedacht werden, sinnvolle Bereiche transparenter zu gestalten. Die Frage lautet, wie gesellschaftliche Mitbestimmung über unsere Tätigkeiten und Aktivitäten aussehen könnte. Vor allem ein gesellschaftsrelevanter Vergleich der Raiffeisenbank Lech am Arlberg mit anderen Banken der Region kann zu einem mittel- bis langfristigen „Umdenken“ innerhalb der Branche führen – und gibt uns die Möglichkeit, uns einmal mehr als partnerschaftlich agierende Bank (Stichwort: Bergfreundschaft) zu positionieren.

ZU GUTER LETZT ...

... was wir aus der Erstellung des Gemeinwohlberichts für die Zukunft mitnehmen.

Wir haben festgestellt, dass wir in unserem direkten Leistungsbereich überraschend viel zum Gemeinwohl der Region beitragen. Das ist einerseits unserer genossenschaftlichen Struktur zu verdanken, andererseits unseren Beteiligungen an sozialen Initiativen rund um das Land und seine Leute. In Zukunft möchten wir dieses Engagement gezielt vertiefen. Aber auch in vielen Details unseres Arbeitsalltags wurde Optimierungspotenzial aufgespürt. Hier liegt es nun an uns, Umsetzungen zu forcieren, unser Denken weiter zu entwickeln und auch unser Umfeld in Bezug auf soziale und regionale Angelegenheiten zu sensibilisieren – z.B. indem wir die Ergebnisse des Gemeinwohlberichts in diesem Bericht veröffentlichen.

Wir alle haben viel Zeit, Engagement und Ideen in die Aufbereitung und Erstellung dieses Gemeinwohlberichts investiert. Da die Überlegungen und Ideen rund um die Fragestellungen nicht nur während der Arbeitszeit behandelt wurden, kann man davon ausgehen, dass das Thema „Gemeinwohl“ auch innerhalb des persönlichen Familien- und Freundeskreises besprochen wurde. Auf diese Weise wurden alle Mitarbeiter der Raiffeisenbank Lech am Arlberg zu kommunikativen Multiplikatoren. Wir hoffen daher, dass die Beschäftigung mit dem „Denken und Handeln zum Vorteil der Gesellschaft“ dadurch weite Kreise zieht.



Gemeinwohl-Bilanz 2012 der Raiffeisenbank Lech

DIE GEMEINWOHLBILANZ 2012 DER RAIFFEISENBANK LECH WURDE VON HERRN CHRISTIAN LOY AUDITIERT:

* zu E1: DIE BEURTEILUNG SOLL NICHT DAMIT GLEICHGESETZT WERDEN, DASS DIE PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN KEINEN GESELLSCHAFTLICHEN SINN HABEN, SONDERN IN ERSTER LINIE DIE RISIKEN REFLEKTIEREN.

ZWEI ASPEKTE SIND FÜR DIE BEURTEILUNG DES AUDITORS AUSSCHLAGGEBEND GEWESEN:

A) DAS BANKGEHEIMNIS UND POTENTIELLE EFFEKTE AUF STEUEREINNAHMEN IN ANDEREN LÄNDERN IST EIN GEGENWÄRTIG GESELLSCHAFTLICH SEHR KONTROVERS DISKUTIERTES THEMA. DAS UNTERNEHMEN VERSUCHT DAS RISIKO DESSEN DURCH UNTERSCHIEDLICHE, GLAUBWÜRDIGE MASSNAHMEN ZU MINIMIEREN. DENNOCH BLEIBT EIN GEWISSES RISIKO BESTEHEN, DASS DIE DIENSTLEISTUNGEN, AUS STEUERPOLITISCHEN ÜBERLEGUNGEN, SEITENS DER KUNDEN FÜR STEUERHINTERZIEHUNG MISSBRAUCHT WERDEN.

B) DEN GRUNDSÄTZLICH POSITIVEN LOKALEN DIENSTLEISTUNGEN (KREDITWESEN, ETC.) STEHT MIT DER VERMÖGENSVERWALTUNG EIN, AUS ETHISCHER PERSPEKTIVE, KRITISCHES GESCHÄFTSFELD GEGENÜBER. HIER WIRD WEITESTGEHEND AM RENDITEORIENTIERTEN FINANZMARKT AGIERT, DESSEN FUNKTIONSWEISE IN VIELEN ASPEKTEN FUNDAMENTAL DEN PRINZIPIEN DER GEMEINWOHLÖKONOMIE WIDERSPRICHT (INSBESONDERE AKTIEN & FONDS).

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	1	2	
	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT	
A LIEFERANTINNEN	A1 ETHISCHES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter Produkte / Dienstleistungen LieferantInnen und DienstleistungsnehmerInnen		
B GELDGEBERINNEN	B1 ETHISCHES FINANZMANAGEMENT Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte bei der Auswahl der		
C MITARBEITERINNEN INKLUSIVE EIGENTÜMERINNEN	C1 ARBEITSPLATZQUALITÄT UND GLEICHSTELLUNG Sicherstellung humaner Arbeitsbedingungen, Förderung physischer Gesundheit und psychischen Wohlbefindens, Selbstorganisation und Sinnstiftung am Arbeitsplatz, Life Balance; Gleichstellung / Inklusion Benachteiligter max. 90 45	C2 GERECHTE VERTEILUNG DER ERWERBSARBEIT Abbau von Überstunden, Verzicht auf All-inclusive-Verträge, Reduktion der Regelarbeitszeit, Beitrag zur Reduktion der Arbeitslosigkeit max. 50 35	
D KUNDINNEN / PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN / MITUNTERNEHMEN	D1 ETHISCHES VERKAUFEN KundInnenorientierung/-mitbestimmung, Kooperation mit VerbraucherInnenschutz, Schulungen ethisches Verkaufen, ethisches Marketing, ethisch angepasstes Bonusssystem max. 50 5	D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN Weitergabe von Information, Know-how, Arbeitskräften, Aufträgen, zinsfreien Krediten; Beteiligung an kooperativem Marketing und kooperativer Krisenbewältigung max. 70 8	
E GESELLSCHAFTLICHES UMFELD: REGION, SOUVERÄN, ZUKÜNFTIGE GENERATIONEN, MITMENSCHEN UND NATUR WELTWEIT	E1 SINN UND GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DL Sinnhaftigkeit der Produkte unter Berücksichtigung nachhaltiger Lebensstile max. 90 0*	E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN Gegenseitige Unterstützung und Kooperation durch Finanzmittel, Dienstleistungen, Produkte, Logistik, Zeit, Know-how, Wissen, Kontakte, Einfluss max. 40 38	
NEGATIV-KRITERIEN	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte max. -200 0 Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO max. -200 0 Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschen- würde verletzen max. -150 0	Feindliche Übernahme max. -200 0 Sperrpatente max. -100 0 Dumpingpreise max. -200 0	

3	4	5
ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	SOZIALE GERECHTIGKEIT	DEMOKRATISCHE MITBESTIMMUNG & TRANSPARENZ
leistungen, Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte bei der Auswahl		
max. 90 16		
Finanzdienstleistungen; gemeinwohlorientierte Veranlagung und Finanzierung		
max. 30 3		
C3 FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN Aktive Förderung eines nachhaltigen Lebensstils der MitarbeiterInnen (Mobilität, Ernährung), Weiterbildung und Bewusstsein schaffende Maßnahmen, nachhaltige Organisationskultur max. 30 10	C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS Geringe innerbetriebliche Einkommensspreizung (netto), Einhaltung von Mindesteinkommen und Höchsteinkommen max. 60 44	C5 INNERBETRIEBLICHE DEMOKRATIE UND TRANSPARENZ Entscheidungs-/ Finanztransparenz, Mitentscheidung der MitarbeiterInnen bei operativen, strategischen Entscheidungen, Wahl der Führungskräfte, Übergabe Eigentum an MitarbeiterInnen, z.B. Soziokratie max. 90 30
D3 ÖKOLOGISCHE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN Angebot ökologisch höherwertiger Produkte/Dienstleistungen; Bewusstsein schaffende Maßnahmen; Berücksichtigung ökologischer Aspekte bei der KundInnenwahl max. 90 9	D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN Soziale Staffelung der Preise, Barrierefreiheit, spezielle Produkte für benachteiligte KundInnen max. 30 3	D5 ERHÖHUNG DER SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS Vorbildwirkung, Entwicklung von höheren Standards mit MitbewerberInnen, Lobbying max. 30 3
E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN Reduktion der Umweltauswirkungen auf ein zukunftsfähiges Niveau: Ressourcen, Energie & Klima, Emissionen, Abfälle etc. max. 70 14	E4 MINIMIERUNG DER GEWINNAUSCHÜTTUNG AN EXTERNE Nichtverzinsung oder nur Inflationsausgleich für das Kapital nicht mitarbeitender EigentümerInnen max. 60 60	E5 GESELLSCHAFTLICHE TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG Berichterstattung nach Global Reporting Initiative (GRI), Gemeinwohlbericht, Stakeholder-Mitbestimmung max. 30 6
Massive Umweltbelastungen für Ökosysteme max. -200 0 Grobe Verstöße gegen Umweltauflagen (z.B.: Grenzwerte) max. -150 0 Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) max. -100 0	Ungleichbezahlung von Frauen und Männern max. -200 0 Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerungen bei Gewinn max. -150 0 Töchter in Steueroasen max. -200 0 Eigenkapitalverzinsung > 10 % max. -200 0	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter max. -100 0 Verhinderung eines Betriebsrats max. -150 0 Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbys / Eintragung in das EU-Lobbyregister max. -200 0



GÜNTHER REIFER VOM TERRA INSTITUTE BEGLEITET DIE RAIFFEISENBANK LECH AUF IHREM WEG ZUR GEMEINWOHL-ÖKONOMIE:

ZU ALLERERST BEDANKE ICH MICH BEI ALLEN MITARBEITERN DER RAIFFEISENBANK LECH FÜR DEN VORBILDLICHEN UND SPANNENDEN PROZESS DEN WIR GEMEINSAM GEGANGEN SIND. ES WAR JEDES MAL EINE FREUDE, NACH LECH ZU FAHREN.

ICH ERINNERE MICH NOCH GUT ALS WIR IN SÜDTIROL DIE ERSTEN DISKUSSIONEN HATTEN UND DAS BILD ENTSTANDEN IST VON EINER BILANZ MIT ETWAS MEHR ALS 550 PUNKTEN. UND IN DER TAT: DIE RAIFFEISENBANK LECH TUT SEHR VIEL.

ABER WIE SO OFT, BEIM TIEFEREN EINTAUCHEN IN DIE DURCHAUS KOMPLEXE THEMATIK, WIRD MAN MIT SICH SELBST KRITISCHER, STRENGER, GENAUER UND BEWERTET SO MANCHES NEU. DAS WAR AUCH BEI UNS DER FALL. ENTSCHEIDEND SIND ABER NICHT DIE ERREICHTEN PUNKTE, SONDERN DAS NEUE WISSEN UND BEWUSSTSEIN ZU THEMEN, DIE VORHER NICHT IM FOKUS WAREN. VIELE IDEEN UND MASSNAHMEN SIND ENTSTANDEN. UND WER DIE RAIFFEISENBANK LECH KENNT, WEISS, DASS ES DABEI NICHT BLEIBEN WIRD. DIE RAIFFEISENBANK WILL IMPULSE FÜR DIE REGION SETZEN, UND SO MANCHER HAT DIE VISION EINER „GEMEINWOHL-REGION LECH“ SCHON VOR AUGEN.