

GEMEINWOHL-BERICHT 2018

RAIFFEISENBANK LECH AM ARLBERG

Private Banking.

Raiffeisenbank Lech 
am Arlberg

Alle Inhalte wurden gemeinsam durch die Mitarbeiter der Raiffeisenbank Lech erstellt.

Die Zusammenstellung des Berichts erfolgte durch Klaudia Fischer.

Bei allen Fragen zum Thema Gemeinwohlökonomie wenden Sie sich direkt an:

klaudia.fischer@lechbank.com, Tel. +43 (0)5583 2626-315

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|---|
| Vorwort | 3 |
| Unternehmens-Fakten | 4 |
| Beschreibung der Bank | 4 |
| Produkte und Dienstleistungen | 5 |
| Beschreibung des Prozesses | 6 |
| Kurzfassung der Umsetzungsschritte und Fortschritte seit der letzten Bilanzierung:..... | 7 |
| Testat | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Selbsteinschätzung | 9 |
| Ausblick | 10 |
| Negativkriterien..... | Fehler! Textmarke nicht definiert. |
| Hinweis..... | 11 |
| A1 Menschenwürde in der Zulieferkette | 12 |
| A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette..... | 14 |
| A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette | 16 |
| A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette | 18 |
| B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln | 20 |
| B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln | 24 |
| B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung..... | 27 |
| B4 Eigentum und Mitentscheidung | 29 |
| C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz..... | 31 |
| C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge..... | 36 |
| C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden | 41 |
| C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz | 43 |
| D1 Ethische Kund*innenbeziehungen | 47 |
| D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen | 52 |
| D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen ... | 57 |
| D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz | 60 |
| E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen | 65 |
| E2 Beitrag zum Gemeinwesen..... | 68 |
| E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen..... | 75 |
| E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung..... | 78 |
| Anhang | 81 |

Vorwort

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, nach wie vor, 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, 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. „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 Finanzbereich 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.

Mit den meisten Mitarbeitern haben wir in einem intensiven Arbeitsprozess unser neues Leitbild entwickelt und unsere wichtigsten Werte definiert. Aus diesem Prozess hat sich viel Neues ergeben und somit war es auch der Ansporn, gemeinsam mit unseren Mitarbeitern, nach neuen Wegen zu suchen. Für uns der erste Schritt zu einem neuen Weg – der Gemeinwohlökonomie.

Wir sind sicher, dass uns die Gemeinwohl-Ökonomie helfen kann, uns wieder auf unsere Wurzeln zu besinnen und so einen positiven Einfluss auf unsere Region zu nehmen.


Am 11. Juni 2013 präsentierten wir im Zuge unserer Generalversammlung unsere erste Gemeinwohlabilanz. Im Zwei-Jahres-Rhythmus erstellen wir nun unsere Gemeinwohlabilanz. Bei der Erstellung unserer vierten Gemeinwohlabilanz haben wir uns auch wieder intensiv mit diesem Thema auseinandergesetzt. Die Details dazu können Sie auf den folgenden Seiten nachlesen.

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.

Raiffeisenbank Lech/Arlberg
reg. Genossenschaft mbH


Georg Gundolf


Mag. Stefan Schneider


Markus Walch

Unternehmens-Fakten

| | |
|-----------------------------------|---|
| Firmenname: | Raiffeisenbank Lech/Arlberg |
| Branche, Rechtsform: | Finanzdienstleister, Genossenschaftsbank |
| Gründung: | 1901 |
| Anzahl der Mitglieder: | 527 (per 31.12.2018) |
| Anzahl der Mitarbeiter/-innen: | 27 (per 31.12.2018 inkl. Reinigungskraft & karezierte MA) |
| Durchschnittsalter: | 42 Jahre (per 31.12.2018) |
| Durchschnittliche Dienstjahre: | 16 (per 31.12.2018) |
| Durchschnittliche Krankheitstage: | 7,5 (im Jahr 2018) Langzeitkrankenstand 2 MA |

Beschreibung der Bank

Die Raiffeisenbank Lech am Arlberg ist überwiegend im Eigentum von Menschen, die in der Region vor Ort leben und arbeiten. Um auch künftig regional Verantwortung übernehmen zu können, muss unsere Bank erfolgreich und selbstständig sein – und bleiben. Unsere traditionelle Eigentümerstruktur, Rechtsform und damit Unabhängigkeit von fremdbestimmenden Beteiligungen sind ein zentraler Bestandteil unseres Selbstverständnisses. Die Arbeit an einer Gemeinwohlbilanz stellt aus unserer Sicht den grundlegenden Bestandteil einer langfristigen Selbstständigkeit dar.

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 drei wichtige Geschäftsfelder ergeben: Zum einen 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. Zudem fließen Gelder aus dem PrivateBanking wiederum in Form von Krediten in die Qualität der touristischen Entwicklung unseres Ortes. Zum anderen unser zweiter wichtiger Geschäftsbereich unserer Bank: das Firmenkundengeschäft bzw. die Finanzierung von Betrieben in Lech, Zürs und Warth. Das Privatkundengeschäft spielt hier in Lech im Gegensatz zu vielen anderen Bankenstandorten keine sehr bedeutende Rolle, wird aber dennoch überaus ernst genommen, da wir eine wichtige Rolle in der Nahversorgung unserer Region einnehmen.

Es ist unser Bestreben unsere Region als einen lebendigen und zukunftsfähigen Lebensraum für die Bewohner zu erhalten. Wir fühlen uns für unseren Lebensraum mitverantwortlich, nehmen am öffentlichen Leben teil und arbeiten somit an der Entwicklung unseres Gemeinwesens in den Dörfern aktiv mit.

Last but not least unser drittes Geschäftsfeld, die 2006 von uns gegründete „Initiative Lebensraum Lech“ – eine wichtige Investition in die Zukunft. Wir möchten einen Teil des verdienten Geldes zurückgeben. Hier sehen wir unseren klaren Auftrag die Potenziale zu nutzen und unseren Lebensraum gemeinsam zu gestalten. In unserem Lebensraum sollten wir die Entscheidungen selbst in die Hand nehmen. Vieles wurde von uns schon initiiert, unterstützt, vorangetrieben und begleitet und vieles können wir nun mit gutem Gewissen in andere Hände legen und uns wieder neuen Herausforderungen widmen.

Durch unsere Rechtsform – der Genossenschaft – sind wir besonders gefordert, gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten und in Krisen für die Menschen in der Region da zu sein. In der Rangfolge unserer Ziele steht eine nachhaltige Entwicklung unseres Raums an oberster Stelle, die besonders in Zeiten wie diesen eine wichtige Rolle spielt. Gewinnmaximierung ist bei uns kein Unternehmensziel. Unsere Entscheidungen werden am stärksten von ortsbezogenen Überlegungen bestimmt. Die Berater erhalten keine Provisionen aus verkauften Produkten und haben keine Vorgaben von Verkaufszielen. Aus diesem Grund empfehlen sie vollkommen unabhängig und entscheiden frei im Sinne der Bedürfnisse unserer Kunden. Wir wollen uns Zeit nehmen. Und wir haben uns vorgenommen, alle Kundinnen und Kunden gleich zu behandeln. Egal ob Groß- oder Kleinbetrieb, Privat- oder Geschäftskunde, wir streben langfristige Partnerschaften an.

Produkte und Dienstleistungen

| Produktgruppe | Produkte |
|-----------------|--|
| Sparen | Prämiensparen, Kapitalsparen, Terminsparen, Festgelder, sonstige Sparformen |
| Veranlagen | Aktien, Anleihen, Investmentfonds, Raiffeisenfonds, Eigenemissionen der Raiffeisenbank Lech, alternative Investments, Vermögensverwaltungsprodukte |
| Zahlungsverkehr | Standardgehalt- bzw. Pensionskonten, gratis Taschengeld-, Jugend- und Studentenkonten, Firmenkonten, Kreditkarten |
| Bausparen | Bausparvertrag, Bauspardarlehen |
| Finanzierungen | Kommerz: Kontoüberziehung, Kontokorrentkredit, Investitionskredit, Förderungskredit, Haftungskredit, Barvorlage, Wechsel, Konsortialfinanzierung, Leasing. Privat: Einkaufsrahmen, Konsumkredit, Wohnbaukredit, Baukonto, Leasing |
| Versicherung | Kommerz: Betriebliche Altersvorsorge, Er- und Ablebensversicherung Privat: Er- und Ablebensversicherung, Pensionsversicherung, Zusatzkrankenversicherung, Unfallversicherung, Sachversicherung |

Verteilung Produktgruppen nach Kundennutzung:

| Produktgruppe | Stichtag 31.12.2018 | Prozent |
|-----------------|---------------------|--------------|
| Sparen | 2.639 | 27 % |
| Zahlungsverkehr | 3.837 | 39 % |
| Bausparen | 552 | 6 % |
| Versicherung | 738 | 8 % |
| Finanzieren | 951 | 10 % |
| Veranlagen | 1.016 | 10 % |
| Gesamt | 9.733 | 100 % |

Diese prozentuelle Verteilung bezieht sich auf die Häufigkeit der Nutzung einer bestimmten Produktgruppe. Das bedeutet, dass Kunden, die mehrere Produkte nutzen, auch in jeder dieser Produktgruppe gezählt werden. Die Verteilung gibt aber weder die Kundenanzahl noch die damit verbundenen Volumen wieder. Ein Vergleich mit dem Einlagen-Ausleihungsverhältnis (Loan-Deposit-Ratio) ist ebenfalls nicht zulässig.

Produktgruppen nach Volumina in Tsd. EUR:

| Produktgruppe | Stichtag 31.12.2018 | Prozent |
|-----------------|---------------------|--------------|
| Sparen | EUR 186.343 | 25 % |
| Zahlungsverkehr | EUR 64.287 | 9 % |
| Bausparen | EUR 3.392 | 0,5 % |
| Versicherung* | EUR 796 | 0 % |
| Finanzieren | EUR 301.731 | 41 % |
| Veranlagen | EUR 184.749 | 24,5 % |
| Gesamt | EUR 741.298 | 100 % |

*Hauptsächlich Unfallversicherungen und Er- und Ablebensversicherungen, daher geringer Wert.

Beschreibung des Prozesses

Sieben Jahre Gemeinwohlökonomie der Raiffeisenbank Lech

Im Herbst 2012 haben wir euphorisch das Projekt Gemeinwohlökonomie mit allen Mitarbeitern gestartet. In unterschiedlichen Gruppenzusammensetzungen haben die Mitarbeiter die einzelnen Kriterien aufgearbeitet. Um unsere Orientierung auf breiter Ebene sichtbar zu machen, erstellen wir nun im zwei Jahres Rhythmus unsere Gemeinwohlbilanz. Vieles konnten wir bereits umsetzen.

2016 haben wir uns wiederum sehr intensiv mit der Gemeinwohl-Matrix auseinander gesetzt. Unsere im Leitbild verfassten Werte wurden über die Indikatoren der Matrix gelegt und wir konnten feststellen, dass wir all unsere Werte mehrfach in den einzelnen Indikatoren wiederfinden. Die Gemeinwohlbilanz und unser Leitbild ergeben ein stimmiges Gesamtbild unserer Philosophie und Wertehaltung.

2018 haben wir uns mit den Neuerungen der Matrix 5.0 auseinander gesetzt. Die Zusammenlegung der Werte Solidarität und soziale Gerechtigkeit und die dadurch bedingte Verschiebung einzelner Aspekte zu anderen Themen sehen wir sehr positiv. Es brachte mehr Klarheit und logische Konsistenz in die Matrix. Das neue Arbeitsbuch ist klar strukturiert und sehr hilfreich bei der Bilanzierung. Die Matrix 5.0 erlaubt uns die Werte mit unterschiedlicher Sichtweise in Verbindung mit den Berührungsgruppen zu sehen.

Die Erfahrungen aus den letzten drei Bilanzierungen haben gezeigt, dass es richtig war den Fokus und die Ressourcen auf die großen und wichtigen Dinge zu legen, um nicht in den kleinen Dingen festzufahren.

Weiterhin wollen wir unsere Umsetzungsenergie dort bündeln, wo der Wirkungsbereich aus unserer Sicht am größten ist. Wir legen den Fokus auf das ethische Beschaffungsmanagement auf ethische Kundenbeziehungen, und ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen. Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen stehen im Mittelpunkt. Dabei sind wir bedacht die restlichen Aspekte nicht aus den Augen zu verlieren.

Alle Mitarbeiter hatten die Möglichkeit den Prozess der vierten Gemeinwohlbilanzerstellung mitzugestalten. Von den meisten wurde das auch aktiv wahrgenommen. Der Aufwand lohnt sich und die Gemeinwohlökonomie steht mittlerweile auf einem sehr soliden Fundament. Der Bericht spiegelt den gesamten Betrieb wider und gibt tiefe Einblicke in die Sichtweisen der Mitarbeiter. 262 Stunden haben wir zur Erstellung unserer Gemeinwohlbilanz aufgewendet. Eine Zahl, die jedoch nicht die vielen Gedanken und vertiefenden Gespräche beinhaltet, die am Rande stattfinden und dem Prozess die nötige Würze verpassen.

Die Ziele der Gemeinwohlbilanz

Unsere Beweggründe und Ziele, die wir mit der Gemeinwohlbilanz verbinden sind:

Unsere Gemeinwohlbilanz soll ...

- die Nachhaltigkeit in der Region fördern
- unsere Bemühungen sichtbar machen
- unsere Einstellung und Haltung spürbar machen
- Nachhaltigkeit in der Kundenbeziehung verankern
- den achtsamen Umgang mit unseren Ressourcen fördern
- uns in unserer Weiterentwicklung helfen (auf persönlicher und Organisationsebene)
- uns helfen zu überprüfen ob wir in Einklang mit unserer Wertewelt handeln
- unsere Mitarbeiter auf nachhaltige Themen sensibilisieren
- Vorbildwirkung zeigen gegenüber unserer Freunde, Kunden, Lieferanten und allen die mit uns in Berührung kommen.

Kurzfassung der Umsetzungsschritte und Fortschritte seit der letzten Bilanzierung:

- Wir arbeiten intensiv mit dem Gemeinwohlunternehmen Dornbirner Sparkasse zusammen und konnten folgende Punkte gemeinsam realisieren:
 - Erarbeitung des Mitarbeiterfragebogens
 - Überarbeitung des „Code of Conduct“
 - Überarbeitung des Lieferantenfragebogens als Online-Tool
 - Einführung eines Fragebogens für Finanzpartner
 - Abgleichung der größten Lieferantengruppen
 - Austausch mit der Sparda-Bank München
- Ein Einkaufsführer für nachhaltige Produkte & Dienstleistungen wurde vom GWÖ-Vlbg. Verein erstellt und dieser wird durch unsere Unterstützung laufend erweitert
- Unser Einkauf erfolgt gezielt nach unserem „Code of Conduct“
- Gemeinsame Finanzierungsprojekte mit drei Sparkassen
- Anschaffung von vier E-Autos auf Leasingbasis für Mitarbeiter auch für den privaten Gebrauch
- Reduzierung des Energiebedarfs – Umstellung auf LED
- Überprüfung der richtigen Sitz- und Arbeitsposition durch eine Physiotherapeutin
- Entwicklung und Implementierung eines standardisierten Leitfadens für die Einführung neuer Mitarbeiter
- Entwicklung und Implementierung eines Leitfadens für die Führung unserer Mitarbeitergespräche
- Entwicklung und Implementierung eines Wertekonzepts zur Betreuung unserer Firmenkunden
- Weiterentwicklung des PrivateBanking Kundenkonzepts
- Erhöhung der Volumina von nachhaltigen Veranlagungen von 6,7 auf 18,6 Mio. Euro (inkl. Arlberg Bonuszertifikat)
- Auflage „Arlberg Bonuszertifikat“
- Zertifizierung „Familienfreundlicher Betrieb“
- Zertifizierung „Feuerwehfreundlicher Arbeitgeber“

**TESTAT:
AUDIT**

VOLLBILANZ

Gemeinwohl-Bilanz
2018

für: Raiffeisenbank Lech reg. Genossenschaft mbH
 Auditor*in: Dr. Manfred Koifranek

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

Testat gültig bis: 30.04.2021

BILANZSUMME
483

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf www.ecogood.org

Selbsteinschätzung

| | Indikator | Selbst-Einschätzung in Punkten | Prozent |
|----|--|-----------------------------------|------------|
| A1 | Menschenwürde in der Zulieferkette | 17 von 42 | 40% |
| A2 | Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette | 25 von 42 | 60% |
| A3 | Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette | 21 von 42 | 50% |
| A4 | Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette | 13 von 42 | 30% |
| B1 | Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln | 47 von 94 | 50% |
| B2 | Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln | 47 von 94 | 50% |
| B3 | Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung | 44 von 63 | 70% |
| B4 | Eigentum und Mitentscheidung | 63 von 63 | 100% |
| C1 | Menschenwürde am Arbeitsplatz | 25 von 42 | 60% |
| C2 | Ausgestaltung der Arbeitsverträge | 33 von 42 | 80% |
| C3 | Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden | 17 von 42 | 40% |
| C4 | Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz | 29 von 42 | 70% |
| D1 | Ethische Kunden*innen-Beziehungen | 17 von 42 | 40% |
| D2 | Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen | 21 von 42 | 50% |
| D3 | Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen | 17 von 42 | 40% |
| D4 | Kunden*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz | 29 von 420 | 70% |
| E1 | Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen | 25 von 42 | 60% |
| E2 | Beitrag zum Gemeinwesen | 63 von 63 | 100% |
| E3 | Reduktion ökologischer Auswirkungen | 17 von 420 | 40% |
| E4 | Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung | 38 von 42 | 90% |
| | Summe | 604 von 1000 | 60% |

Ausblick

Kurzfristige Ziele

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

- Wir optimieren in weiteren Schritten unseren Ressourcenverbrauch
- Weitere sukzessive Umstellung auf LED
- Ausbau E-Mobilität für Mitarbeiter und in der Region
- Wir gehen achtsam und sensibel mit unseren Ressourcen um
- Wir wollen Vorbilder sein gegenüber unseren Freunden, Kunden, Lieferanten und allen die mit uns in Berührung kommen
- Wir gestalten und etablieren nachhaltige Produkte im Finanzierungsbereich welche das ökologische Verhalten unserer Kunden fördern. (z.B. Zuschüsse bei Investitionen in erneuerbarer Energie, E-Mobilität, nachhaltige Gebäudesanierung...)
- Wir überarbeiten unser Leitbild und überprüfen sensibel unsere Wertewelt, um unser Handeln danach auszurichten und sichtbar zu machen
- Wir beobachten unsere Nachhaltigkeitsleistung kontinuierlich und konsequent und gewährleisten dadurch einen konstanten Weiterentwicklungsprozess.
- Kritische Stimmen nehmen wir ernst und setzen uns damit aktiv auseinander um dadurch zu wachsen

Langfristige Ziele

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

- Wir setzen in allen Bereichen ein ethisches Beschaffungsmanagement um
- Wir fördern und gestalten aktiv unsere ökologischen Produkte und Dienstleistungen
- Das Volumen der nachhaltigen Produkte und Dienstleistungen erhöhen wir von derzeit 11% auf 30% Gesamtanteil
- Durch unser Verhalten erreichen wir Vorbildwirkung und animieren weitere Unternehmen sich mit der Gemeinwohlökonomie auseinander zu setzen
- Wir fördern die Zusammenarbeit und den Austausch mit anderen Gemeinwohlbetrieben
- Um unsere Selbstständigkeit weiter zu stärken und zu festigen, arbeiten wir zielorientiert am Ausbau unseres Eigenkapitals um auch weiterhin am Thema Gemeinwohlökonomie aktiv arbeiten zu können

Hinweis

Im folgenden Bericht ist die gesamte Punktevergabe auf der Eigenbewertung der Raiffeisenbank Lech aufgebaut. Im Zuge des Audits wurde bei verschiedenen Themen die Punktezahl erhöht, bestätigt oder verringert. Am Ende jedes Themenbereiches finden Sie die Punktezahl die der Auditor uns für den jeweiligen Aspekt schlussendlich gegeben hat.

Auf den folgenden Seiten finden sich detaillierte Beschreibungen der einzelnen Aspekte sowie eine Auflistung jener Mitarbeiter, welche die jeweiligen Inhalte erarbeitet haben. Der fett gedruckte Name kennzeichnet den Gruppenleiter.

Für eine Vereinfachung zur Berechnung der Punktezahl wurden alle Bewertungen kaufmännisch auf eine ganze Zahl gerundet.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung weiblicher und männlicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für beiderlei Geschlecht.

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Niklaus Schwaighofer, Juliane Mathis, Wolfgang Lackner, Klaudia Fischer

Seit der ersten Bilanzerstellung haben wir unseren Einkauf genau analysiert und neu aufgesetzt. Alle Kosten und Positionen werden genau aufgelistet. Der gesamte Einkauf wird von immer denselben Mitarbeitern nach einem genau definierten Verhaltenskodex und Einkaufsrichtlinien abgewickelt.

Wir agieren als Vorbild für Unternehmen sowie private Konsumenten und bewegen unsere Lieferanten dazu, ihr Angebot an nachhaltigen Produkten und Lösungen zu steigern.

Ausgehend vom ganzheitlichen Gedanken der Nachhaltigkeit nimmt die Raiffeisenbank Lech ihre gesellschaftliche Verantwortung in allen unternehmerischen Aktivitäten wahr. Die Einhaltung fundamentaler Regeln zu verantwortungsvollem und fairem Handeln ist uns wichtig. Unser Einkauf richtet sich dabei immer mehr auf eine nachhaltige Beschaffung aus.

Wir verstehen unter nachhaltiger Beschaffung, die Beschaffung umweltfreundlicher Produkte und Leistungen, die den Geboten der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit folgt und bei deren Herstellung bzw. Erbringung soziale Standards eingehalten werden.

Um die Einhaltung der Menschenwürde bei unseren Lieferanten zu gewährleisten, werden diese mittels Lieferantenfragebogen analysiert und dann selektiert. Eine Zertifizierung der Betriebe ist gerade bei den großen Lieferanten wichtig. Bei kleineren Lieferanten werden die Informationen auf der Homepage herangezogen.

Als Gemeinwohlunternehmen sehen wir unsere Verantwortung auch in der Vorbildwirkung für unsere Lieferanten, indem wir unsere Ansprüche gegenüber den Lieferanten kommunizieren. Diesbezüglich sind Kaufentscheidungen abhängig von menschenwürdiger Arbeitsbedingungen und genauer Analyse der Produkte.

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Über einen Zeitraum von mehreren Jahren betrachtet gibt es nur vier Lieferanten bei welchen regelmäßig größere Mengen bezogen werden.

Zugekauft werden diverse Büromaterialien, IT-Geräte und kleine Geschenke für Kunden. Die Lieferanten werden vor allem nach den Kriterien

- Regionalität,
- Innehaben von Prüfsiegeln
- und einem Sortiment nachhaltiger Produkte

ausgewählt.

Soziale Risiken werden bei den wenigen und kleinen Vorarlberger Unternehmen nicht evaluiert. Wir gehen davon aus, dass die Standards bei regionalen Betrieben generell sehr hoch sind.

Wir betrachten bei der Auswahl nicht die einzelnen Produkte sondern den Lieferanten der uns mit der Ware beliefert. Beispielsweise achten wir auf die Zertifikate „Blauer Engel¹“, „EU-Bio-Siegel²“, „Österreichisches Umweltzeichen“, „EU Ecolabel³“, „bluesign⁴“ oder auch „fairtrade“.

Wir haben keine Lieferanten die aus Ländern stammen welche bekannt sind niedrige Standards im Arbeitsrecht und der Menschenwürde zu haben.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform
Wir haben unsere größten Lieferanten nach den Kategorien EDV, Gebäude & Instandhaltung, Marketing & Kommunikation und Diverses unterteilt. Weiters die anteiligen Prozentangaben auf das Gesamtvolumen erfasst. Die Angaben beziehen sich auf das Jahr 2018.

| | 2017 | 2018 | Info | Legende |
|--|---------------------|---------------------|--------------------|---------------------------|
| EDV | | | | |
| Aufwand von Gesamtausgaben in % | 600.369,96 | 594.641,74 | Anteil 39% | Ökolg. Beitrag 5% |
| Gebäude | | | | |
| Aufwand von Gesamtausgaben in % | 297.050,04 | 321.223,74 | Anteil 21 % | Ökolg. Beitrag 10% |
| Marketing und Kommunikation | | | | |
| Aufwand von Gesamtausgaben in % | 292.277,66 | 266.540,91 | Anteil 17% | Ökolg. Beitrag 30% |
| Interessens- und Rechtsvertretung | 6.482,07 | 1.059,59 | | |
| Aufwand von Gesamtausgaben in % | 391.834,60 | 360.614,18 | Anteil 23% | Ökolg. Beitrag 10% |
| Gesamt | 1.581.532,26 | 1.543.020,57 | Anteil 100% | |

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

Durch sorgfältige Auswahl unserer Lieferanten hoffen wir, dass alle zugekauften Produkte und Dienstleistungen unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden. Wir beziehen unsere Produkte vorwiegend aus einem Umkreis von 100 km. Danach folgt die EU und als letzte Stufe alle anderen Ländern. Wobei darauf geachtet wird nach Möglichkeit aus Ländern der OECD⁵ zuzukaufen. Somit werden faire Arbeitsbedingungen und eine Entlohnung über der „Living Wage“ sichergestellt.

Eine Zertifizierung bzw. Label weisen folgende Partner auf:

Memo, Messerle, Paterno, Gugler, Amann Kaffee, Sonnentor, Zotter, KWopen, Österr. Post, A1 Telekom Austria Group, ÖBB (österr. Bundesbahnen).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Einkaufsführer für Nachhaltige Produkte & Dienstleistungen ist durch den Gemeinwohlverein Vorarlberg entstanden, welcher laufend auch durch uns erweitert wird.
- Gezielter Einkauf nach unserem „Code of Conduct“.
- Zusammenarbeit mit der Sparkasse Dornbirn und Austausch mit der Sparda-Bank München - Lieferantenfragebogen.
- Ausarbeitung eines einheitlichen „Code of Conduct“ und Lieferantenfragebogen als Online-Tool.
- Tabelle der größten 20 Lieferanten wird angeglichen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Anteil der nachhaltigen Produkte und Dienstleistungen weiter erhöhen.
- Fertigstellung und Einführung des einheitlichen „Code of Conduct“, Lieferantenfragebogen und eine Tabelle der zwanzig größten Lieferanten bis Juni 2019.

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

Berichtsfragen

- Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?
Wir haben in keinem Bereich in unserer Zulieferkette Bedenken bezüglich der Menschenwürde. Einzig die Schokoladenprodukte könnten ein Risiko beinhalten. Da wir dabei aber auf einen bekanntermaßen verantwortungsvollen Lieferanten (Zotter) setzen, schätzen wir das Risiko als sehr gering ein.

- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?
Wir kaufen keine ethisch bedenklichen Produkte ein.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant bzw. ethisch unbedenklich sind.
Es werden keine ethisch bedenklichen Produkte eingekauft. Wir verlassen uns hier auf die Angaben im Lieferantenfragebogen, auf verliehene Zertifikate und auf Berichte über die Lieferanten. (Homepage, Internet...)

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Die Raiffeisenbank Lech pflegt mit den Lieferanten eine langfristige Beziehung. Wir verzichten komplett auf preisgetriebene Beschaffungsprozesse. Kostengünstige Werbegeschenke aus Drittländern lehnen wir ab und konzentrieren uns auf hochwertige Artikel aus unserer Umgebung die nachhaltig produziert werden.

Ein gutes Beispiel sind unsere Kugelschreiber – eines unserer beliebtesten Giveaway. Diese werden bei der Firma Prodir mit Sitz und Produktion in der Schweiz zugekauft. Die Kugelschreiber werden aus Holzmehl und PLA (Biokunststoff aus Stärke) hergestellt.

Seit 2012 versuchen wir bewusst und schrittweise alle Bereiche, soweit wie möglich, auf nachhaltige Alternativen umzustellen. Der Preis hat keine Relevanz. Die Mehrkosten sind uns bewusst und werden nicht in Frage gestellt. Nachhaltige Alternativen sind zwangsläufig auch nicht immer teurer.

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Anhand guter und langjähriger Beziehungen zu unseren Lieferanten und durch Einhaltung des „Code of Conduct“, können wir einen fairen und solidarischen Umgang mit unseren Geschäftspartnern sicherstellen. Es steht nie der Preis sondern die Regionalität und die Qualität des Produktes im Vordergrund. Es gibt keine Preisverhandlungen mit unseren Lieferanten. Die von ihnen vorgegebenen Liefer-, Preis- und Zahlungsbedingungen werden von uns akzeptiert.

Da wir die Bedingungen unserer Lieferanten anstandslos akzeptieren und noch keine Unmutsäußerungen gehört haben, gehen wir davon aus, dass unsere Lieferanten sehr zufrieden sind.

Eine Aufstellung der wichtigsten Lieferanten und deren Volumina sind in A1.1 ersichtlich.

Verpflichtende Indikatoren

- Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen

| Lieferanten | Dauer der Geschäftsbeziehung in Jahren 1/5/10 und größer |
|---|--|
| Firma Paterno - Bürobedarf | 10+ |
| AV-Verlag – Drucksorten, Werbemittel = Raiffeisen | 10+ |
| Firma Memo – Büromaterial | 10 |
| Firma Messerle – Büromaterial | 10+ |

| | |
|--|-----|
| Kaufhaus Filomena - Lebensmittel | 10+ |
| Raiffeisen Rechenzentrum - IT | 10+ |
| Firma Zotter Schokolade - Kundengeschenk | 10 |
| Firma Feurstein – Druckerei/Kuverts, Belege | 10+ |
| Firma Elektro Willi – Installateur/Elektrobedarf | 10+ |
| Firma Conrad - Elektrobedarf | 5 |

- Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant*innen
Unser Einkauf ist sehr gering und daher unser Anteil nicht relevant.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Einhaltung des „Code of Conduct“

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

Beim Einkauf von Produkten achten wir auf einen fairen und solidarischen Umgang mit allen Beteiligten. Wir achten auf Labels! Zu den größten Positionen zählen der Einkauf von Geschenken & Werbematerial, Bürobedarf, Drucksorten & Druck sowie EDV-Hardware. Diesbezügliche vertreibende Unternehmen verfügen über Labels wie „Blauer Engel¹“, „Energy Star⁷“, „co2-neutral“, „Umwelt-Zertifikate“ oder sind ein Gemeinwohlunternehmen. Da nicht der Preis, sondern die Qualität des Produktes im Vordergrund steht unterstützen wir einen fairen und solidarischen Umgang mit allen Beteiligten und schließen Missstände aus.

Berichtsfragen

- Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
Aufgrund unserer kleinen Bestell- und Einkaufsmengen ist das bei uns nicht relevant.
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?
Ein Fragebogen an die Lieferanten soll deren Bewusstsein für diese Themen schärfen.
- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?
Dazu gibt es keine Maßnahmen.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt
Abfrage mittels CSR Fragebogen und Homepage vom Unternehmen. Der Anteil wurde jedoch bis jetzt nicht erfasst.
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden
Ebenfalls Abfrage mittels CSR Fragebogen. Der Anteil wurde jedoch bis jetzt nicht erfasst.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Versendung des CSR-Fragebogens an unsere 10 größten Lieferanten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Einführung des Online-Fragebogens mit Mitte des Jahres 2019.
- Versendung an all unsere Lieferanten, sofern möglich.

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

Aufgrund unserer Größe und der allgemeinen Gegebenheiten, aber auch durch die Nähe zu unseren Lieferanten und das daraus resultierende gegenseitige Vertrauen, kann eine Marktmacht definitiv ausgeschlossen werden.

Berichtsfragen

- Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant*innen und wie wird sie eingesetzt?
Die Raiffeisenbank Lech besitzt aufgrund der geringen Bestellvolumina keine Marktmacht gegenüber den Lieferanten.
- Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?
Nein. Die Lieferanten können ihre eigenen Liefer- und Zahlungsbedingungen durchsetzen.
- Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?
Das interne Beschwerdemanagement hat diesbezüglich keine einzige Beschwerde erhalten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

Nicht relevant für uns.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Unser Einkauf ist klar geregelt und auf vier Personen aufgeteilt. Kaufentscheidungen erfolgen ausschließlich nach Einhaltung des „Code of Conduct“. Mittels Lieferantenfragebogen wird die ökologische Nachhaltigkeit der Zulieferkette abgefragt.

Ziel ist es den regionalen Markt zu unterstützen – im speziellen natürlich Lech und Vorarlberg. Unter regionale Beschaffung, fallen alle Güter und Leistungen die in einem Umkreis von 50 – 100 km produziert bzw. angeboten werden. Falls wir in diesem Umkreis keine adäquaten Lieferanten finden, weitet sich dieser Kreis auf DE/AT/CH und Südtirol aus. Darauf folgt die EU und als letzte Stufe alle anderen Länder. Hierbei wird darauf geachtet, nach Möglichkeit aus Ländern der OECD zuzukaufen.

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?
Branchenbedingt gibt es weder Produktion noch Rohstoffe.
- Welche Art von Energie, Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?
Bei der Erstellung unserer Dienstleistung wird hauptsächlich Energie für den Betrieb unserer IT (Informationstechnik) benötigt.
- Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?
Unsere wenigen Lieferanten werden nach den bereits in A2.1 angeführten Kriterien ausgewählt. Daher verlassen wir uns bei den Produkten auf das Sortiment dieser Lieferanten.
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
Dazu gibt es keine Evaluation.

- Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?
Bewusst sind uns die landläufig bekannten Auswirkungen auf die Umwelt bei der Produktion von IT und der Gewinnung der notwendigen Rohstoffe dafür.
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?
Wie erwähnt verlassen wir uns bei der Auswahl der Lieferanten und Produkte auf anerkannte Zertifikate und Labels.
- Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?
Schärfung des Umweltbewusstseins mit Hilfe eines Fragebogens an die Lieferanten.
- Welche Unterschiede gibt es zum Mitbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?
Keine bekannt.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind
Ihr Anteil wurde bis jetzt nicht erfasst und erscheint uns auch nicht wichtig, da wir uns immer (sofern es eines gibt) für ein ökologisch höherwertiges Produkt entscheiden.
Produkte: Kugelschreiber, gesamtes Büromaterial/Memo, Weltspargeschenke, Amann Kaffee, Obst, Jause, Blumen Kopf, Handwerker vor Ort (Maler, Raumausstatter, Installateur) Toner (Berolina) Putzmittel, Gourmetmenü.
- Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen
Wurde bis jetzt nicht erfasst.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- CSR-Fragenbogen für Lieferanten

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

Keiner unserer Lieferanten und keine zugekauften Produkte und Dienstleistungen weisen schädliche Umweltauswirkungen auf.

Berichtsfragen

- Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?
Lieferanten: keine.
Bei den Produkten könnte nur die IT (Informationstechnik) unter Verdacht sein bei der Herstellung besondere Umweltbelastungen hervorzurufen. Dies wurde jedoch nicht von uns evaluiert. (Siehe auch A4 „Die Verantwortung“)
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?
Keine

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen
Dieser Anteil ist nicht darstellbar.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Die Verantwortung:

Für das Beschaffungswesen der Raiffeisenbank Lech wurde nach Erstellung der ersten Gemeinwohlbilanz eine Person definiert. Es hat sich allerdings gezeigt, dass diese Fokussierung nicht zielführend bzw. umsetzbar ist. Deshalb wurde der Kreis auf vier Personen erweitert, die alle nach dem eigens definierten „Code of Conduct“ einkaufen. Dabei wird in vier Bereiche unterteilt: Büromaterial, EDV und Gebäude, Marketing & Kommunikation und Lebensraum.

Dabei werden alle diese Positionen im Einklang mit unseren langfristigen Partnern und Lieferanten abgewickelt. Der gesamte Einkauf von Büromaterial wird durch ein Gemeinwohlunternehmen, die EDV über den Raiffeisen Verbund, der seinerseits wieder strengen internen Regeln unterliegt. Beispielsweise haben wir uns bei der Neuanschaffung von Rechnern für ein Produkt der Firma Fujitsu entschieden, dass das Gütesiegel „Blauer Engel¹“ und „Energy Star⁷“ trägt. Die Geräte werden in Deutschland gemäß deutscher Produktionsstandards hergestellt, verfügen über die „Zero-Noise-PC⁸“ Funktionalität und haben eine 90%ige Energieeffizienz.

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Informationen zu den für den Einkauf verantwortlichen Personen erhalten die Lieferanten neben dem direkten Kontakt durch die auftraggebende Person persönlich, durch Telefon, Mail oder in unserem GWÖ-Bericht, welchen wir in gekürzter Form als Druckversion und in Lang- und Kurzversion auf unserer Homepage zur Verfügung stellen. Gemeinsam wird mit unseren Lieferanten nach den für uns am besten geeigneten Produkten nach nachhaltig ökologischen Kriterien gesucht.

Berichtsfragen

- Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?
Bisher wurden noch von keinem Lieferanten Informationen angefordert oder nachgefragt.
- Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?
Durch unsere geringe Größe und unser geringes Bestellvolumen ist dies nicht relevant.
- Wie zufrieden sind Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?
Es gab nie Unmut oder Beschwerden in dieser Hinsicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

Wir beschränken uns auf einen kleinen Kreis von Lieferanten. Lieferanten sind für uns Partner und gute Partnerschaft setzt großes gegenseitiges Vertrauen und genaue Kenntnis der Firmenphilosophie und ein partizipatives Miteinander voraus. Nachhaltigkeit in allen Belangen steht vor dem Preis.

Verpflichtende Indikatoren

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Erstellung der vierten GWÖ-Bilanz

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Erfassung sämtlicher Labels in den Einkaufsführern und unserer Lieferantenliste
- Verstärktes einholen von Nachhaltigkeitsberichten, GWÖ-Berichte, Zertifikate

Glossar:

Blauer Engel¹: Der Blaue Engel ist das Umweltzeichen der Bundesregierung zum Schutz von Mensch und Umwelt: <https://www.blauer-engel.de/>

EU-Bio-Siegel²: Es gilt für alle vorverpackten, ökologisch erzeugten Lebensmittel, die in einem EU-Mitgliedsstaat hergestellt werden und die strengen Normen der EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau erfüllen.

https://www.bmel.de/DE/Landwirtschaft/Nachhaltige-Landnutzung/Oekolandbau/_Texte/EU-Bio-Logo.html;jsessionid=50079E5475C89E6D1B1B204B7DAD3D2A.2_

EU-Ecolabel³: Das Europäische Umweltzeichen, <https://www.umweltzeichen.at/de/ecolabel/start>

bluesign⁴: Mit den bluesign-Siegeln werden Textil-Produkte ausgezeichnet, die möglichst schadstoffarm produziert wurden. Bluesign schließt besonders umweltbelastende Substanzen von Anfang an aus dem Fertigungsprozess aus, legt Richtlinien für den Gebrauch von Chemikalien fest und kontrolliert deren Einhaltung. So soll der gesamte Herstellungsprozess möglichst umweltschonend und das Endprodukt gesundheitlich unbedenklich sein. <https://www.bluesign.com/home/about-us/organization.html#.XJlaVf58Cbg>

OECD⁵: Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, <http://www.oecd.org/berlin/dieoecd/>

Verrechnungsschlüssel⁶: Verbundleistungen werden auf Basis der Verrechnungsschlüssel abgerechnet. Diese werden gemeinsam im Verbund festgelegt.

Energy Star⁷: ENERGY STAR® ist ein gemeinsames Programm der Environmental Protection Agency (EPA) und des Department of Energy (DOE). Ihr Ziel ist es, Verbrauchern, Unternehmen und Industrie zu helfen, Geld zu sparen und die Umwelt durch die Einführung energieeffizienter Produkte und Praktiken zu schützen. Das ENERGY STAR-Label identifiziert leistungsstarke, kostengünstige Produkte, Häuser und Gebäude. <https://energy.gov/eere/buildings/energy-star>.

Zero- Noice-PC⁸: <https://www.fujitsu.com/de/products/computing/pc/features/>

Anhang 1: A1 | Code of Conduct

Anhang 2: A1 | CSR-Fragebogen für Lieferanten

Anhang 3: A1 | Certificate of Environmental Saving

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Stefan Schneider, Markus Walch

„Die Raiffeisenbank Lech bietet allen Menschen in ihrem Tätigkeitsgebiet (Lech/Zürs/Warth) eine demokratische Grundlage zur partnerschaftlichen Zusammenarbeit. Sie motiviert die Menschen, in der Gemeinschaft ihre Probleme selbstständig und eigenverantwortlich zu lösen.“ (Auszug aus unserer Satzung)

Somit ist der Zweck unserer Existenz – schon laut Satzungen – dem Gemeinwohl untergeordnet.

Seit der Erstellung unserer ersten Gemeinwohlbilanz haben wir die Thematik „ethisches Finanzmanagement“ institutionalisiert. Verstärkt wurde unter anderem auf Kooperationen zu ethischen Investments, Formulierung von Ausschlusskriterien, Ausschluss von Zins-Arbitrage-Geschäften und Compliance-Management geachtet. Diesen Anspruch machen wir für unsere Kunden wie auch für uns selbst geltend.

Wir nehmen keine Gelder aus zweifelhaften Quellen an. Ausschlusskriterien für uns sind:

Definierte Selbstbegrenzung bei Veranlagungen

- Nahrungsmittelspekulationen
- Wertpapiere die mit der Waffenindustrie in Verbindung stehen
- Empfehlungen und generell negative Haltung zu sogenannten „Spekulationstiteln“
- Kinderarbeit, Zwangsarbeit
- Menschenrechtsverletzungen
- Rüstungsindustrie und Rüstungsprodukte
- Pornographie
- Glückspiel
- Nuklearenergie
- Tierversuche

Definierte Selbstbegrenzung bei Kreditvergaben

- Schutz vor „Ausverkauf der Heimat“
 - keine Immobilienfinanzierungen, die nicht im Interesse der Bevölkerung/Gemeinde liegen (Zweitwohnsitze)
 - Verminderung der Verfälschung/Steigerung von Immobilienpreisen
- Prüfung jedes einzelnen Kreditansuchens nach Kreditfähigkeit und Bonität zum Schutz der Überschuldung
 - Ergebnis: sehr geringe/keine Kreditausfälle
 - Wir helfen unseren Kunden auch in schwierigen Zeiten und mussten noch nie aktiv eine Forderungsverwertung in Form der Versteigerung einer Immobilie einleiten.
- Grundsatz bei der Kreditvergabe:
Wir finanzieren Kunden aus der Region Lech/Zürs und Warth. Kunden die nicht aus der Region kommen, werden nur dann finanziert, wenn deren Projekte in der Region realisiert werden und für die Region sinnvoll sind.

Die Gewinne der Raiffeisenbank Lech werden nicht ausgeschüttet, sondern den Eigenmitteln zugeführt. Dadurch verfügen wir über eine Eigenmittel-Quote von rund 17% und sorgen so für eine ausreichende Eigenmittelausstattung.

Wir haben derzeit vier Partner, mit denen wir solidarische Finanzierungen abwickeln.

Mit der Raiffeisen Landesbank, unserem Hauptpartner, wickeln wir Großkredite, bei denen unsere Einzelkreditgrenze überschritten wird, gemeinsam ab.

Mit anderen Banken realisieren wir erfolgreich gemeinsame Projekte in Lech und Warth.

Voraussetzung für eine Partnerschaft ist jedoch persönlicher Kontakt und gute Kenntnis des Partners sowie eine offene, ehrliche und klare Kommunikation.

Durch die Abfrage mit unserem „CSR-Fragebogen für Finanzpartner“ wird die ethische Haltung, Zertifizierungen/Labels, Nachhaltigkeitsberichte und vieles mehr evaluiert.

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Aufgrund unserer Rechtsform als Genossenschaft sind unsere Eigenkapitalgeber unsere Mitglieder und Kunden. Unsere Finanzierungen erfolgen überwiegend aus unserem Eigenkapital und der Kundeneinlagen aus Lech/Zürs/Warth. Zusätzlich benötigtes Kapital beschaffen wir über die Raiffeisen Landesbank in Bregenz. Deren Mittelbeschaffung erfolgt ebenfalls über ihre Kundeneinlagen und der überschüssigen Liquidität der anderen Vorarlberger Raiffeisenbanken und der Emission von Anleihen oder durch Offenmarktgeschäfte mit der Österreichischen Nationalbank.

Eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel kann durch Risikominimierung oder Erhöhung der Eigenmittelquote erreicht werden. Die Risikokennzahlen der Raiffeisenbank Lech (Risikotragfähigkeit), wie die „Non Performing Loan-Quote“ (NPL-Quote) oder die „Coverage Ratio“ (Deckungsquote) (CR 1+2) zeigen Sektorweit eine sehr geringe Risikoauslastung und gleichzeitig eine gute Eigenmittelausstattung.

Unsere „Non Performing Loan-Quote“ (NPL-Quote), der Anteil der Problemkredite an den gesamten Ausleihungen, betrug 1,4% im Jahr 2017 (Landesdurchschnitt 2,9%) bzw. 1,5% im Jahr 2018 (Landesdurchschnitt 2,3%).

Eine seit Jahren praktizierte Geschäftsstrategie war und ist es ausreichende Eigenmittel zu schaffen. Daraus resultiert eine weit über den Erfordernissen liegende Eigenmittelquote.

Verpflichtende Indikatoren

- **Eigenkapitalanteil:**
2017 – € 43,440 Mio. 16,89%
2018 – € 47,107 Mio. 17,67%
- **Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche:**
18,18% RBGV/ Raiffeisenbank Bankengruppe Vorarlberg

| Benchmark Eigenkapitalquote im Vergleich | 2017 | 2018 |
|---|-------------|-------------|
| Raiffeisenbank Lech | 16,89% | 17,67% |
| Dornbirner Sparkasse Bank AG | 16,72% | |
| Sparkasse der Gemeinde Egg | 22,10% | |
| Sparkasse Bregenz Bank AG | 19,52% | |
| Sparkasse Bludenz Bank AG | 16,92% | |
| Raiffeisenbank Mittelbregenzwald | 17,56% | 18,38% |
| Raiffeisenlandesbank Vorarlberg | 17,24% | 17,77% |
| Erste Group Bank AG | 18,50% | 18,20% |

Weitere Kennzahlen:

Gesamtkapitalquote 2018 Tier1 – 16,73%

Bilanzsumme 2018 – 350 Mio. EUR

CIR (Cost Income Ratio) – 65,7%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Das Eigenkapital wurde von € 43,4 Mio. auf 47,1 Mio. erhöht.
- Ausarbeitung eines gemeinsamen CSR-Fragenbogens für Finanzpartner gemeinsam mit der Sparkasse Dornbirn und Unterstützung der Sparda-Bank München.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Weiterhin geringes Risiko in allen Bereichen.
- Fertigstellung des Fragenbogens und Institutionalisierung bis Mitte des Jahres 2019.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Die Raiffeisenbank Lech finanziert sich neben dem Eigenkapital zum überwiegenden Teil über die Kundeneinlagen der regionalen Kunden.

Durch unsere Rechtsform gibt es keine relevanten Alternativen für eine Finanzierung mit anderen Berührungsgruppen.

Unser Risikoprofil zeigt keinen Handlungsbedarf, konventionelle Kredite und Finanzrisiken zu verringern.

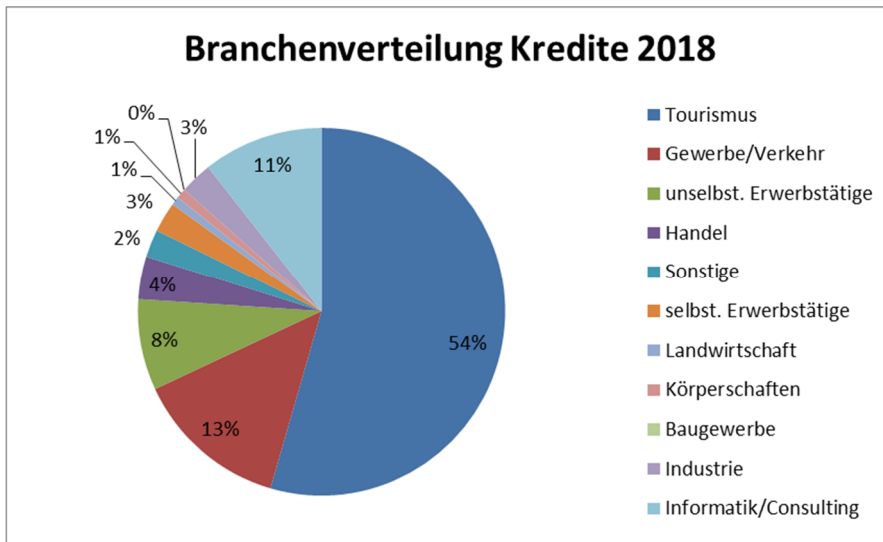
Verpflichtende Indikatoren

- Fremdkapitalanteil (%-Anteil Fremdkapital)

| Volumina in Tsd. EUR | 2017 | % | 2018 | % |
|--|----------------|----|----------------|------------|
| Eigenkapital | | | | |
| Kundenverbindlichkeiten - Ersteinlagen | 157.546 | 52 | 186.343 | 61 |
| Verbindlichkeiten gegenüber RLB | 146.960 | 48 | 117.218 | 39 |
| Kundenforderungen/Kredite | 289.649 | | 301.732 | 100 |

- Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (in Tsd. EUR)

| Branchenveteilung Kredite in Tsd. EUR | 2017 | 2018 |
|--|----------------|----------------|
| Tourismus | 166.687 | 164.403 |
| Gewerbe/Verkehr | 41.031 | 40.929 |
| unselbst. Erwerbstätige | 26.967 | 24.093 |
| Handel | 13.323 | 11.435 |
| Sonstige | 2.500 | 7.404 |
| selbst. Erwerbstätige | 5.604 | 8.004 |
| Landwirtschaft | 2.410 | 2.243 |
| Körperschaften | 2.359 | 2.662 |
| Baugewerbe | 0 | 0 |
| Industrie | 11.029 | 8.588 |
| Informatik/Consulting | 24.552 | 31.960 |
| Summe | 296.462 | 301.721 |



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Unsere Rechtsform schließt andere Möglichkeiten aus.

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Wir sind Miteigentümer unseres Hauptfinanzdienstleisters der Raiffeisen Landesbank. Dadurch erlangen wir tiefe Einblicke in die Geschäftspraktiken und deren Finanzethik.

Durch die Genossenschafts-Struktur verfolgt Raiffeisen im Gegensatz zu vielen Großbanken nicht den Shareholder-Value Ansatz sondern ist auf das Wohlergehen der Mitglieder und somit in weiterer Folge auf das Gemeinwohl ausgerichtet. Dies zeigt wie sehr die Struktur einer Genossenschaft dem Gemeinwohl-Gedanken zuträglich ist.

Daneben verfügt unser größter Partner im Finanzierungsbereich die Raiffeisen Landesbank ebenfalls über ein sehr ausgeprägtes Nachhaltigkeitsmanagement (www.raiffeisen.at/vorarlberg).

Im Veranlagungsbereich ist unser größter Partner die Raiffeisenbank International AG mit ihren Tochterunternehmen der Raiffeisen Kapitalanlage GmbH, Raiffeisen Centrobank AG und Raiffeisen Bausparkasse GmbH um die für uns Wichtigsten zu nennen. Die Raiffeisen Bank International AG (RBI) integriert umfassende Nachhaltigkeits-Maßnahmen in ihre Geschäftstätigkeit.

In ihren Grundprinzipien geht die RBI¹ auf die Ideen von Friedrich Wilhelm Raiffeisen zurück. Für ihn waren gesellschaftliche Solidarität, Selbsthilfe und Nachhaltigkeit, Leitlinien für das wirtschaftliche Handeln. Die RBI¹ ist nicht nur bestrebt, qualitativ hochwertige Bankdienstleistungen zu liefern, sondern sie verpflichtet sich auch zu einer nachhaltigen Unternehmensführung und der damit einhergehenden sozialen und ökologischen Verantwortung zu bekennen. Ihre Rolle als langfristiger Partner der Wirtschaft zeichnet sich durch Verantwortung gegenüber allen Beteiligten, vor allem ihren Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern, Aktionären, sowie der Gesellschaft in ihrer Gesamtheit aus. Der RBI-Konzern-Verhaltenskodex definiert unsere Grundwerte und bildet das Fundament für unsere Unternehmenskultur. Er steht im Einklang mit internationalen Praktiken und basiert auf den höchsten ethischen Prinzipien.

Verpflichtende Indikatoren

- Bis zu drei wesentliche Finanzpartner*innen; jeweils Partner*inneninstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen).

Als Mitglied der Raiffeisen Bankengruppe erfolgt der größte Teil unserer Geschäfte über die Raiffeisen Landesbank Vorarlberg und über ihre Tochtergesellschaften (3-Stufigkeit). Daraus ergeben sich auch unsere drei wesentlichsten Finanzpartner wie folgt:

| Finanzpartner 2018 | Volumina in EUR |
|--|-----------------|
| Raiffeisenlandesbank Vorarlberg/Partner für alle Finanzgeschäfte | 191 Mio. |
| Raiffeisenbank International mit Tochtergesellschaften: | |
| Raiffeisen Kapitalanlage GmbH | 114,2 Mio. |
| Raiffeisen Centrobank AG | 21 Mio. |
| Raiffeisen Bausparkasse GmbH | 5,2 Mio. |

Wir pflegen gute Kontakte zu den Finanzdienstleistern im Ort bzw. in der Region und sind um eine Zusammenarbeit im Finanzierungsgeschäft wie auch Veranlagungsgeschäft bemüht. Im vergangenen Jahr konnten wir mit drei Sparkassen gemeinsame Finanzierungsgeschäfte abwickeln.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Gemeinsame Neufinanzierung mit drei Sparkassen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Vermehrt gemeinsame Finanzierungen von Projekten, die für die Region von Bedeutung sind.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Für uns als Bank gilt es auch in Zukunft die Gehälter der Mitarbeiter, die Sonderzahlungen und die betriebliche Pensionsvorsorge zu sichern. Diese Vorgaben werden durch unser internes Kontrollsystem und die jährliche Revision kontrolliert und eingehalten.

Durch unsere Struktur als Genossenschaft gibt es keine Ausschüttungen von Kapitalerträgen. Im Vordergrund steht die Bildung der notwendigen Risikorücklagen die eine Weiterentwicklung und ausgewogene Zukunftssicherung des Unternehmens gewährleistet.

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Nachdem keine Ausschüttungen von Kapitalerträgen erfolgt, kommt der gesamte betriebliche Überschuss der Sicherung künftiger ausreichender Einkommen, der umfassenden unten erwähnten Investitionen und Vorsorgen und der Risikoabsicherung zugute.

Verpflichtende Indikatoren

- Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (in Tsd. EUR)
Jahresüberschuss 2017 = EUR 1.670 Tsd.
Jahresüberschuss 2018 = EUR 1.699 Tsd.

- Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (in Tsd. EUR)

| Indikatoren | Basis | EUR in Tsd. |
|---------------------------------------|--|--------------|
| Mitarbeiter | Abfertigungsrückstellung | 690 |
| | Pensionsrückstellung – ausgelagert Validä ² | 120 |
| | Jubiläumsgeldansprüche | 130 |
| | Rückstellung nicht konsumierter Urlaube | 60 |
| | Rückstellung Bilanzgeld | 145 |
| | Gesamt-Rückstellungen | 1.145 |
| Bank | Forderungen Kreditinstitute | 6 |
| | Forderungen an Kunden/Ausleihungen | 2.000 |
| | Risikovorsorge § 57 (1) BWG | 4.000 |
| | Wertberichtigung/Kundenforderungen | 1.000 |
| | Rückstellungen zu Eventualforderungen | 220 |
| | Pauschalrückstellungen Kreditrisiken | 70 |
| | Negativindikator Verbraucher und Nichtverbraucher | 350 |
| | Prüfungskosten Revisionsverband | 60 |
| | Gesamt-Rückstellungen | 7.706 |
| Instandhaltung | Gebäude/Infrastruktur | 110 |
| Gesamtbedarf Zukunftsausgaben: | | 8.961 |

Getätigter strategischer Aufwand (in Tsd. EUR)

| Indikatoren | Basis | EUR in Tsd. |
|---------------------------------------|--|--------------|
| Mitarbeiter | Abfertigungsrückstellung | 685 |
| | Pensionsrückstellung – ausgelagert Validä ² | 110 |
| | Jubiläumsgeldansprüche | 124 |
| | Rückstellung nicht konsumierten Urlaub | 55 |
| | Rückstellung Bilanzgeld | 142 |
| | Gesamt-Rückstellungen | 1.116 |
| Bank | Forderungen Kreditinstitute | 7 |
| | Forderungen an Kunden Ausleihungen | 1.941 |
| | Risikovorsorge § 57 (1) BWG | 4.000 |
| | Wertberichtigung/Kundenforderungen | 970 |
| | Rückstellungen zu Eventualforderungen | 217 |
| | Pauschalrückstellungen Kreditrisiken | 67 |
| | Negativindikator Verbraucher und Nichtverbraucher | 347 |
| | Prüfungskosten Revisionsverband | 6 |
| | Gesamt-Rückstellungen | 7.555 |
| Instandhaltung | Gebäude/Infrastruktur | 81 |
| Gesamtbedarf Zukunftsausgaben: | | 8.752 |

- Anlagenzugänge (in Tsd. EUR)

EUR 81 Tsd. wurden für die Instandhaltung/Schalter Warth, Teppich Lech, Sichtschutz – Schalter Lech aufgewendet. (Der Sichtschutz wurde auf Wunsch der Mitarbeiter angebracht, um eine ungestörte Arbeit vor und nach der Schalteröffnung zu gewährleisten.)

- Zuführung zur Rücklage (in Tsd. EUR)

EUR 7.555 Tsd. wurden den Rücklagen zugeführt. Siehe Auflistung.

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

Als Genossenschaftsbank schütten wir keine Kapitalerträge aus. Unser Gewinn wird unseren Rücklagen zugewiesen und stärkt somit unser Eigenkapital. Einen Teil unserer Gewinne reinvestieren wir in die „Initiative Lebensraum Lech“ und somit unmittelbar in nachhaltige Projekte in unserer Region. Damit stärken wir sehr vielfältig unseren Lebensraum – für uns und die nächste Generation.

Es gibt keine prozentuelle Gewinnausschüttung an die Mitarbeiter. Bei entsprechender Gewinnlage erhält jeder Mitarbeiter ein Monatsgehalt (Bilanzgeld) zusätzlich ausbezahlt. (Bilanzgeld wurde seit Einführung nur einmal nicht zur Gänze (75%) ausbezahlt.

Für sozial-ökologische Investitionen (im Rahmen der Initiative Lebensraum Lech) wird ein jährlicher Betrag von ca. EUR 150.000,00 zur Verfügung gestellt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfragen

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

Aus rein wirtschaftlichen Gründen müsste der Standort Warth geschlossen und die Kunden von Lech aus betreut werden. Das Tagesgeschäft (Ein- Auszahlungen, Überweisungen, Kontoauszüge...) könnte durch Automaten abgedeckt werden. Ganz bewusst bekennen wir uns zu unserem Standort Warth, deren Bewohner und speziell zu den beiden aus Warth stammenden Mitarbeitern.

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

Es erfolgt kein Abbau von Mitarbeitern. Ganz im Gegenteil! Wir leiden darunter in der Region keine Mitarbeiter zu finden. Arbeiten werden somit nur in Notsituationen ausgelagert und von unserer Zentrale in Bregenz abgedeckt. (Seit September 2018 ist unsere Buchhaltung ausgelagert und wird von der Raiffeisen Landesbank abgewickelt. Dies ist seit Bestehen der Raiffeisenbank Lech erstmalig der Fall. Leider konnten wir trotz intensiver Bemühungen die Stelle vor Ort nicht nachbesetzen.)

Es kann vorkommen, dass Arbeitsplätze von ausscheidenden Mitarbeitern (Karenz, Pension, Krankheit) aufgrund der geänderten Arbeitsanforderungen, Umstrukturierungen, Nutzung von Synergien im Haus nicht mehr nachbesetzt werden. Müssen Mitarbeiter aus Schlüsselpositionen nachbesetzt werden (Pensionierung...) werden diese sehr früh nachbesetzt, um eine qualitativ hochwertige Einarbeitung und Übergabe zu gewährleisten.

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

Es erfolgt keine Ausschüttung.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Die Bezahlung unserer Mitarbeiter erfolgt deutlich über dem Landesschnitt.

Verbesserungspotenziale:

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Die Bank hat keine Eigenveranlagungen. Wir unterstützen Projekte wie den „Klima-Cent³“. Dieser unterstützt den Ausbau erneuerbarer Energien und sinnvoller Elektro-Mobilität, fördert Humus- und Moorschutz-zertifikate, stiftet Frieden und übt politischen Druck für eine Kostenwahrheit bei atomarer und fossiler Energie aus.

Weitere Mittel fließen in den „Klimafonds Lech“, um einerseits eine Finanzierungsunterstützung für regionale Klimaschutzprojekte, andererseits auch die politische Getragenheit für die erforderlichen Rahmenbedingungen für eine CO₂ neutrale Wirtschaft zu stärken. Aus diesem Fonds soll/kann zukünftig auch eine Zinsstützung für den Klimakredit gewährt werden, um Klima-Cent³ Kunden auf Basis ihrer zumindest groben CO₂ Bilanz eine wirksame Reduzierung ihrer Emissionen zu finanzieren. Die einbezahlten Beträge wurden noch nicht ausgegeben, sondern angespart, um über einen größeren Hebel und dadurch besserer Wirkung zu verfügen.

Das Ziel ist eine CO₂-neutrale Wirtschaft und das nicht erst 2050, sondern so rasch wie möglich.

Beim Anlagentausch bzw. Instandhaltung unserer Gebäude achten wir auf sozial-ökologische Varianten. Bei der Hardware (PC, Drucker) sind wir an den Verbund gebunden und haben keinen Einfluss auf die Beschaffung. Diese unterliegen jedoch auch ihrem Code of Conduct bzw. Nachhaltigkeitsmanagement.

Unser langfristig gebundenes Vermögen ist in Immobilien angelegt. Erhaltungs- und Ersatzinvestitionen vergeben wir nach ökologischen Prinzipien und wenn möglich an lokale Partner.

Allen Mitarbeitern wird empfohlen ein E-Firmen KFZ anzuschaffen.

Ersatzinvestitionen: Beleuchtung wird sukzessive auf LED umgestellt.

Bei jeder Investitionsentscheidung wird auf die Reduktion des ökologischen Fußabdruckes geachtet. (Basis sind Energieeinsparung, CO₂ Neutralität, Einhaltung ökologischer Prinzipien, Zusammenarbeit mit Partnern aus der Region).

Es gibt weder Finanzinvestitionen noch Veranlagungen.

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Wie erwähnt steht bei allen unseren Investitionen die Ökologie im Vordergrund. Ein geringer bzw. gezielter Ressourcenverbrauch ist Voraussetzung. Die ökologische Nachhaltigkeit unserer Zuliefererkette muss unseren Vorgaben Folge leisten. Die Abfrage und Kontrolle erfolgt mittels des CSR Fragebogen. Die Sinnhaftigkeit von Anschaffungen wird im Einzelfall geprüft. (zB. Umstellung Fairphone)

Ein Teil der Beleuchtung wurde im Berichtszeitraum wiederum auf LED umgestellt. Dafür wurden EUR 8.500,00 aufgewendet.

Ersatzinvestitionen und Bestellungen unterliegen definierten ökologischen Grundlagen und werden ausschließlich von vier Mitarbeitern durchgeführt.

Verpflichtende Indikatoren

- **Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs (in Tsd. EUR)**
Etwa EUR 80.000,00 wurde für Teppiche, Sonnenschutz, Beleuchtung, Sichtschutz aufgewendet. Siehe B2.1 Die Sanierung der Tiefgaragenwand in unserer Wohnanlage Stubenbach wurde auf 2019 verschoben. Daraus resultiert der geringere Aufwand.
- **Realisierung der ökologischen Sanierung**
EUR 8.500,00 (knapp 10% der getätigten Investitionen) wurden in die Umstellung auf LED-Lampen investiert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Anschaffung von vier E-Autos durch Mitarbeiter. Zwei Ladestationen für E-Autos.
- Schrittweise Umstellung auf LED-Beleuchtung.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- 2019 werden weitere 52 Decken-Halogenleuchten auf LED-Leuchten umgestellt.

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Die Raiffeisenbank Lech hat keine Eigenveranlagungen hat sich jedoch aufgrund der Struktur an bestimmten Veranlagungen zu beteiligen. Darüber hinaus beteiligen wir uns ausschließlich an gemeinnützigen und für die Zukunft der Region wichtigen Projekten.

| Unternehmen | Buchwert | Art der Beteiligung |
|--|--------------|------------------------|
| RLB VlbG. Geschäftsanteile | 1.902.550,13 | Pflicht |
| RLB VlbG. Partizipationskapital | 2.499.448,40 | Pflicht |
| Raiffeisen-Einlagensicherung VlbG. | 7,00 | Pflicht |
| VlbG. Raiffeisen Funktionärs eGen | 3.000,00 | Pflicht |
| Raiffeisen-Einlagensicherung VlbG. | 7,00 | Pflicht |
| Lech Invest GmbH | 102.000,00 | notwendig |
| Golf Lech AG | 6.500,00 | strategisch |
| Golf Lech AG atypische stille Beteiligung | 78.234,05 | strategisch |
| Dorfbahn Warth GmbH & Co KG | 300.000,00 | strategisch/nachhaltig |
| Dorfbahn Warth GmbH & Co KG (Haft einlage) | 10.000,00 | strategisch/nachhaltig |
| Interessensgemeinschaft Stubenbach / Lokal | 3.000,00 | nachhaltig |
| BfG Eigentümer/innen u. Verwaltungsgenoss. | 5.000,00 | nachhaltig |
| Tiefgarage Anger GmbH & Co KG | 32.384,29 | notwendig/nachhaltig |
| Biomasse-Heizwerk Lech GmbH & Co KG | 32.411,83 | nachhaltig |

Durch eine hohe Marktkenntnis und enge Zusammenarbeit mit den Projektpartnern, können wir die sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte sehr gut einschätzen. Informationen zu den Nachhaltigkeitsfonds bekommen wir ebenfalls von unserem Partnerinstitut der Raiffeisen KAG, welches über einen Code of Conduct und ein Nachhaltigkeitsmanagement verfügt.

Verpflichtende Indikatoren

- **Finanzierte Projekte (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung)**
Tabelle B3.2
- **Fonds-Veranlagungen (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung)**

Es gibt keine Fonds-Veranlagungen.

Wir unterstützen wie im Punkt B3 angeführt den „Klima Cent³“ mit EUR 12.000,00. Im Rahmen der „Initiative Lebensraum Lech“ unterstützen wir nachhaltige Projekte in der Region mit EUR 150.000,00. Die wichtigen Aufgaben unserer Vereine werden mit EUR 15.000,00 unterstützt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Erhöhung unserer Beteiligung bei der Golf Lech AG.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Die Beteiligung bei der Dorfbahn Warth wird erhöht werden müssen, weil eine Kreditfinanzierung nicht rentabel für das Unternehmen wäre.
- Ein geplantes Wohnbauprojekt in Zug für Einheimische ist in der Planungsphase.

Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfragen

Es werden keine ökologisch bedenklichen Ressourcen eingesetzt.

Ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern bei unseren 3 Gebäuden ist vollzogen (Umstellung auf Fernwärme). Die beiden Firmen KFZ werden bei Neuanschaffung und entsprechender Reichweite auf E-Mobilität umgestellt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Vier E-Autos für Mitarbeiter wurden angeschafft und zwei Ladestationen für insgesamt vier E-Autos installiert.

Verbesserungspotenziale:

- Bei Neuanschaffungen weitere Umstellung auf E-Mobilität.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Die Raiffeisenbank Lech ist seit ihrer Gründung 1901 in der Rechtsform einer Genossenschaft tätig. Dies bedingt, dass jeder unserer Kunden gleichzeitig auch Eigentümer der Bank werden kann. Ein Anteil an der Genossenschaft kann für EUR 15,00 erworben werden. Pro juristischer oder natürlicher Person kann nur ein Anteil erworben werden. Eine Mitgliedschaft bringt aber auch eine Haftung mit dem zwanzigfachen der Einlage (EUR 300,00) mit sich.

Grundsätzlich ist eine Mitbestimmung klar durch unsere Rechtsform als Genossenschaft vorgegeben. Jeder Kunde hat die Möglichkeit Mitglied zu werden. Diese haben wiederum ein Stimmrecht in der Generalversammlung. Die Generalversammlung wählt den Aufsichtsrat und dieser wählt den Vorstand. Zudem hat die Generalversammlung die Möglichkeit, Vorstände abzuwählen.

Durch die flache Hierarchie ist ein offener Führungsstil auf Augenhöhe gewährleistet. Achtsamkeit und Wertschätzung stehen im Vordergrund. Demokratische und gemeinsame Entscheidungsfindung wird in unserer gelebten Gemeinschaft sichtbar.

Unsere Rechtsform gibt keine Einschränkungen in der Motivation oder im Engagement der Mitarbeiter vor. Das Engagement der Mitarbeiter liegt vielmehr im Engagement des Unternehmens in nachhaltigen und sinnvollen Projekten.

Im Sinne der Verwirklichung und Unterstützung von nachhaltigen ökologischen und sinnvollen Projekten wird auch ein hohes Maß an Mitunternehmerschaft deutlich. Ein so abgeschlossener und von wenigen Faktoren abhängiger Wirtschaftsraum kann nur im gelingenden Miteinander funktionieren. Somit ist Mitunternehmerschaft auch mit Verantwortung verbunden.

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Die Eigentumsstruktur ist durch unsere Rechtsform vorgegeben. Aufgrund unserer Genossenschaftsstruktur kann jedes Mitglied einen Anteil erwerben und hat somit Stimmrecht in der Generalversammlung. Der Mitgliederstand liegt per 31.12.2018 bei 527 Mitgliedern.

Die Eigentümer setzen sich aus mehr als 500 Mitgliedern aus der Region zusammen. Mitglieder haben ein Stimmrecht in der Generalversammlung. Beispielsweise wählt die Generalversammlung die Aufsichtsräte. Die Mitglieder sind 100% Eigentümer der Genossenschaft.

Durch persönliche Ansprache werden neue Mitglieder geworben. Informationen werden im Geschäftsbericht, im Gemeinwohlbericht, auf der Generalversammlung oder in persönlichen Eigentümerinformationen weitergegeben.

Verpflichtende Indikatoren

- Verteilung des Eigenkapitals: (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100 %)
- Unternehmer*innen
- Führungskräfte
- Mitarbeiter*innen
- Kund*innen= Geschäftsanteile 0,1%
- Lieferant*innen
- weiteres Umfeld
- nicht mittätige Kapitalinvestor*innen

Die 527 Mitglieder (inkludiert, Vorstand, Mitarbeiter, Aufsichtsrat) mit ihrem Gesellschaftsanteil von je EUR 15,00 (ohne Berücksichtigung der Haftung und keine Gewinnausschüttung seit Gründung) ergibt ein Eigenkapital von EUR 7.905,00, was einem Anteil von 0,01% entspricht. Der Rest mit 99,9% besteht aus Gewinnrücklagen und ergänzenden Eigenmitteln.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Keine Veränderung durch unsere Rechtsform/Genossenschaftsstruktur möglich.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme

Berichtsfragen

- Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?
- Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

Durch eine ausgewogene Risikostruktur und einer genauen Analyse des Marktes wird das Ausfallrisiko minimiert und eine feindliche Übernahme ausgeschlossen.

Eine weitere Voraussetzung ist die Ausstattung mit ausreichenden Eigenmitteln und eine daraus resultierende Bedienbarkeit des Marktes. Im Berichtszeitraum wurden sowohl die Eigenmittel als auch das CIR (Cost Income Ratio) gestärkt.

Verbesserungspotenziale:

Glossar:

RBI¹: Raiffeisen Bank International, <https://www.rbinternational.com>

Valida²: Vorsorge-Management, Nachhaltigkeitsbericht (GRI), <http://www.valida.at>

Klima-Cent³: Unterstützt den Ausbau erneuerbarer Energien, legt sich ins Zeug für sinnvolle Elektro-Mobilität, fördert Humus- und Moorschutzsertifikate, www.klimacent.at.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Michaela Reitbauer, Juliane Mathis, Sigrid Reis, Simone Grabher, Klaudia Fischer

Wie fundamental die Würde für unser Selbstverständnis ist, geht schon aus dem ersten Artikel der Menschenrechtserklärung hervor.

„Alle Menschen sind frei und gleich an Würde und Rechten geboren. Sie sind mit Vernunft und Gewissen begabt und sollen einander im Geist der Brüderlichkeit begegnen.“

Die Würde ist Teil des menschlichen Wesens und nichts, was man sich erst verdienen müsste. Und in genau diesem Sinne ist die Würde in Verbindung mit der Arbeit zu sehen: Eine würdige Arbeit muss dem Menschen Selbstachtung ermöglichen.

Durch Empowerment bei diversen Projekten, also das Zulassen der Mitgestaltung durch die Mitarbeitenden, das Loslassen durch die Vorstände – wird versucht mehr Menschlichkeit ins Unternehmen zu bringen. Das Ergebnis: Führungskräfte und Mitarbeitende begegnen sich auf Augenhöhe – von Mensch zu Mensch. In der internen Kommunikation ist das „DU“ ausdrücklich erwünscht.

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Grundsätzlich haben wir eine sehr flache Hierarchie, einen hohen Grad an Autonomie im täglichen Arbeiten und einen hohen Grad an Selbstorganisation.

Die Mitarbeiterbefragung 2018 (Anhang C1.1) weist, wie auch schon 2016, auf eine sehr hohe Zufriedenheit hin. Der Arbeitsinhalt sowie die Beziehungen zu den Kollegen und Vorgesetzten werden als sehr gut bewertet.

Neue Mitarbeiter die bei uns einsteigen bekommen einen Paten zugeordnet. Dieser ist in den ersten drei Monaten ein intensiver Begleiter und Coach. Der Ablauf der ersten Tage ist standardisiert und schriftlich formuliert (Anhang C1.1 – Leitfaden & Checkliste zur Einführung neuer Mitarbeiter). Somit ist sichergestellt, dass Neueinsteiger einen sehr guten Überblick über die Gesamtorganisation und das Grundwissen in allen Bereichen vermittelt bekommen. Jeder Arbeitsplatz verfügt über spezielle Einarbeitungspläne. Dadurch schaffen wir dem neuen Mitarbeiter ein sicheres und vertrautes Umfeld.

Unsere Mitarbeiter werden laufend über die aktuellen Bildungsangebote informiert. Dabei legen wir großen Wert auf Transparenz und Eigenverantwortung. Für jeden Mitarbeiter gibt es innerhalb seines Berufsbildes/Aufgabengebietes ein definiertes Ausbildungsprofil nach Raiffeisen-Standard. Jedem Mitarbeiter steht es offen seine Weiterbildungswünsche (auch außerhalb seines Ausbildungsprofils) zu äußern.

Allen Mitarbeitern steht das gesamte Bildungsangebot des österreichischen Raiffeisen Sektors, sowie spezielle fachspezifische Weiterbildungsangebote zur Verfügung. In einem persönlichen Austausch entscheidet der zuständige Vorstand gemeinsam mit dem Mitarbeiter, welche weiteren Fortbildungsmaßnahmen für die persönliche Entwicklung wichtig und hilfreich sind. Zusätzliche Ausbildungswünsche im Rahmen ihrer geistigen, seelischen und körperlichen Entwicklung sind willkommen. Ein breites Wissensspektrum und hohe soziale Kompetenz werden gefordert und gefördert.

Bei Problemen und Konflikten stehen die Türen der Vorstände immer offen.

Das jährlich stattfindende Mitarbeiter-Gespräch findet auf Basis eines abgestimmten Leitfadens (Anhang C1.1) statt. In einem konstruktiven Dialog werden Feedback, Ergebnisse, Projektziele oder neue Weiterbildungsmaßnahmen besprochen. Auch Feedback an die Führungskraft wird darin abgefragt.

Jährlich moderierte Mitarbeitertage bieten darüber hinaus die Möglichkeit eines offenen Austausches.

Verpflichtende Indikatoren

- **Fluktuationsrate**

2017 – 3,45% (eine Mitarbeiterin hat sich beruflich verändert/Kindergartenpädagogin)

2018 – 17,86% Ausscheiden von fünf Mitarbeitern (außerordentliches Ereignis)

- ein Mitarbeiter hat aufgrund seiner Krankheit die Berufsunfähigkeitspension in Anspruch genommen
- eine Mitarbeiterin musste aufgrund ihrer Krebserkrankung lt. Gesetz wegen in die Arbeitsunfähigkeit entlassen werden
- ein Mitarbeiter nimmt die Alterspension in Anspruch
- ein Mitarbeiter hat den elterlichen Betrieb übernommen
- eine Mitarbeiterin hat sich persönlich verändert und ist selbst ausgeschieden

- **durchschnittliche Betriebszugehörigkeit**

2017 – 17,03 Jahre

2018 – 15,86 Jahre

- **Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen**

2017 – keine

2018 – eine

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

Jährliche Erhebung mittels des neu überarbeiteten Mitarbeiterfragebogens.

22 von 23 Mitarbeitern haben daran teilgenommen = 96% (Vorstand nicht berücksichtigt)

- **Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene**

| Arbeitszeit in Std. für Weiterbildung nach Berufsgruppen (fachlich & persönlich) | 2017 | 2018 |
|---|-----------------|---------------|
| Kundenberater | 98,08 | 121,68 |
| Sonstige Mitarbeiter im Kundenkontakt (Schalter, Sekretariat) | 172,10 | 46,66 |
| Interne Mitarbeiter in der Marktfolge / Zahlungsverkehr | 136,48 | 260,54 |
| Stabstellen | 271,22 | 67,32 |
| Vorstand | 389,26 | 331,46 |
| Gesamtstundenaufwand Mitarbeiter | 1.067,14 | 827,66 |
| | | |
| Aufsichtsrat | 144,24 | 57,54 |
| Gesamtstundenaufwand | 1.211,38 | 885,20 |

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Ausbildung ÖGUT¹-Zertifizierung durch Georg, Günter, Jürgen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Weiterbildungsangebote nicht nur auf fachlicher bzw. persönlicher Ebene bieten, sondern auch zum Thema Gemeinwohl.
- Aktuelle Stellenprofile erstellen

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Neben der obligatorischen Überprüfung des Arbeitsplatzes durch das Arbeitsinspektorat, wurde eine externe Spezialistin herangezogen, um die einzelnen Arbeitsplätze zu überprüfen. Es wurde auf ausreichendes Licht, die richtige Sitzposition und passende Ausstattung durch ergonomische Bürosessel, Schreibtischhöhe, Bildschirmgröße, Abstand zum Bildschirm, etc. geachtet. Individuelle Wünsche der Mitarbeiter werden umgesetzt. Der Abschlussbericht lag zur Erstellung der aktuellen Gemeinwohlbilanz noch nicht vor und wird bei der nächsten Gemeinwohlbilanz kommuniziert.

Unser Arbeitsmodell beinhaltet eine Kernarbeitszeit sowie eine gleitende Arbeitszeit. Auf Abteilungsebene herrscht ein hoher Grad an Selbstbestimmung bei der Zeiteinteilung. Die Mitarbeiterbefragung zeigt, dass die bestehenden Arbeitsmodelle nach wie vor stimmig sind und sich die Mitarbeiter weder über- noch unterfordert fühlen. Auch die Urlaubsabwicklung wird von den Mitarbeitern Team-intern gestaltet. Voraussetzung ist ein ordnungsgemäß funktionierender Bankbetrieb. Hinsichtlich der Urlaubszeit besteht durch die stark saisonalen Schwankungen, eine nicht ausgesprochene aber gelebte Urlaubssperre in den Wintermonaten. Dies wird von den Mitarbeitern mitgetragen.

Das körperliche, seelische und geistige Wohl unserer Mitarbeiter liegt der Raiffeisenbank Lech sehr am Herzen. Durch gezielte Bewegung und gesunde Ernährung wird die Motivation und Leistungskraft gefördert und gestärkt. Gemeinsame sportliche Aktivitäten stehen immer wieder auf dem Programm. Ein Team nimmt jährlich am „BuisnessRun“ in Dornbirn teil.

Für die psychische Gesundheitsförderung steht den Mitarbeitern ein Psychologe zur Verfügung. Dieser kann anonym besucht werden. Die Raiffeisenbank übernimmt die Kosten für die erste Konsultation.

Seit der letzten Bilanzierung 2016 gab es im Jahr 2017 und 2018 zwei Mitarbeiter im Langzeitkrankenstand und ein Mitarbeiter hat die Altersteilzeit in Anspruch genommen.

Verpflichtende Indikatoren

- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung):

Die vielen Stunden resultieren aus den zwei Langzeitkrankenständen.

| Fehlzeiten in Std. nach Berufsgruppen | 2017 | | | | 2018 | | | |
|--|------|----------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|
| | >25 | 26-44 | 45-59 | >60 | >25 | 26-44 | 45-59 | >60 |
| Demografische Verteilung nach Altersgruppen | | | | | | | | |
| Kundenberater | | 77 | 7,7 | | | | | |
| Sonst. Mitarbeiter im Kundenkontakt | 19,7 | 1.926,10 | | | 140,6 | 488,33 | 35,01 | |
| Interne Mitarbeiter | 31,4 | 38,5 | 53,6 | | 73,3 | 15,4 | 746,75 | |
| Stabstellen | | | 376,28 | 352,67 | | 42,2 | 59,1 | 161,7 |
| Vorstand | | | | | | | | |

- Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen
keine
- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle
Keine im Berichtszeitraum.
- In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

Im Winter wird Donnerstag-Abends eine gemeinsame Skitour angeboten. Die Teilnehmerzahl liegt zwischen drei und sechs Personen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Wöchentliche Skitour im Winter
- Überprüfung des Arbeitsplatzes durch einen externen Spezialisten
- Überprüfung der Wasserqualität
- Errichtung eines Ruheraumes für die Mitarbeiter

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Implementierung eines Gesundheitsprogrammes (unter Berücksichtigung der Ergebnisse aus der Mitarbeiterbefragung).
- Fix ab Sommer 2019 – Donnerstag ist unser gemeinsamer Bewegungstag. Es werden unterschiedliche Aktivitäten wie Laufen, Wandern, Radfahren, Golf angeboten.
- Geregelter Urlaubsvertretung schaffen.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Das Arbeitsumfeld in der Raiffeisenbank Lech gestaltet sich frei von Diskriminierung und Belästigung und die Arbeit jedes Einzelnen wird geschätzt, unabhängig von Geschlecht, Alter, Behinderung, Familienstand, sexueller Orientierung, Hautfarbe, religiöser oder politischer Einstellung, ethnischem Hintergrund, Nationalität oder sonstigen Aspekten, die in keinem Bezug zur Beschäftigung stehen.

Hinsichtlich Gleichstellung und Diversität werden derzeit keine besonderen Aktivitäten durchgeführt. In den Entscheidungspositionen (Vorstands- und Prokuristen Ebene) sind derzeit keine Frauen zu finden. Es wünschen sich aber immerhin 25 % der Mitarbeiter mehr Frauen in Führungsaufgaben. Die Frauenquote liegt bei 64%. Gleiche Bezahlung ist laut eigenen Angaben in der Mitarbeiterbefragung sichergestellt.

Der Anteil an Menschen mit besonderen Bedürfnissen liegt im Berichtszeitraum bei 2 von 31 und somit über der gesetzlichen Quote von 4%.

Es wird ein geschützter Arbeitsplatz im Ausmaß von 4 Stunden pro Woche zur Verfügung gestellt.

Verpflichtende Indikatoren

- 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
Unter Berücksichtigung der DSGVO² wird die Diversität mit Alter und Geschlecht dargestellt.

| Demografische Diversität | 2017 | | | | | | 2018 | | | | | |
|-------------------------------------|------|-------|-------|-----|---|---|------|-------|-------|-----|---|---|
| | >25 | 26-44 | 45-59 | >60 | m | w | >25 | 26-44 | 45-59 | >60 | m | w |
| nach Altersgruppen und Geschlecht | | | | | | | | | | | | |
| Kundenberater | | 1 | 2 | | 3 | | | 1 | 2 | | 3 | |
| Sonst. Mitarbeiter im Kundenkontakt | 1 | 4 | 4 | | 1 | 8 | 1 | 3 | 4 | | 1 | 7 |
| Interne Mitarbeiter | 2 | 2 | 4 | | 2 | 6 | 2 | 3 | 3 | | 2 | 6 |
| Stabstellen | | 3 | 2 | 1 | 4 | 2 | | 3 | 2 | | 3 | 2 |
| Vorstand | | | 3 | | 3 | | | | 3 | | 3 | |

Unser Aufsichtsrat besteht aus 6 Mitgliedern, wobei die Aufsichtsratsvorsitzende weiblich ist. Sie ist Vorarlbergweit die erste weibliche Aufsichtsratsvorsitzende.

- In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

Wie bereits in C1.2 angeführt gibt es darüber keine Stundenaufzeichnung. Erachten wir aufgrund unserer Betriebsgröße nicht für notwendig.

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

Ein Mitarbeiter ist Serbischer, ein Niederländischer und ein Schweizer Staatsbürger. Die restlichen Mitarbeiter stammen aus der Region und sind österreichische Staatsbürger.

- Anzahl von Väter-/Mütter-Karenz in Monaten
2017 – Eine Mitarbeiterin / 3 Monate
2018 – Eine Mitarbeiterin / 1 Monat
2017 & 2018 wurde keine Väterkarenz in Anspruch genommen
- Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/Fluktuationen

| Berichtszeitraum | Fluktuation | Neueinstellung | Prozentsatz |
|--|-------------|----------------|-------------|
| 2017 | 1 | 0 | 100% |
| Aufgrund Umstrukturierungen und durch Nutzung Synergien im Hause und der RLB ³ wurde die Stelle in der Marktfolge nicht nachbesetzt. | | | |
| 2018 | 6 | 3 | 50% |
| 2 Mitarbeiter - Gesundheitsgründen, 1 Mitarbeiter – Alterspension, 2 Mitarbeiter – berufliche Veränderung. Aufgrund Umstrukturierungen, geänderte Anforderungen, Nutzung von Synergien im Hause und der RLB ³ erfolgten drei Neueinstellungen. Trotz intensiver Mitarbeitersuche konnten wir die Abteilung Buchhaltung/Controlling nicht nachbesetzen und haben diesen Teil an die RLB ³ ausgelagert. | | | |

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Unsere Aufsichtsratsvorsitzende ist weiblich und die erste Frau in ganzen Raiffeisensektor in Vorarlberg in dieser Funktion.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Weitere Beobachtung der Gehaltslücke zwischen Männern und Frauen und Ergreifung geeigneter Maßnahmen zu deren Schließung
- Geplante Beförderungen sind dem Betriebsrat mitzuteilen bzw. sind auf sein Verlangen mit ihm zu beraten.

Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Es gibt in keinen Bereichen menschenunwürdige Arbeitsbedingungen. In den Jahren 2017 und 2018 gab es zum Thema „menschenunwürdige Arbeitsbedingungen“ keine Meldungen an den Betriebsrat.

Die Arbeitsplätze sind hochwertig eingerichtet. Die zur Verfügung gestellten Arbeitsmittel sind modern und funktional. Die Ergebnisse aus dem Mitarbeiterfragenbogen spiegeln ein hohes Maß an Zufriedenheit, sehr gute Arbeitsbedingungen und zufriedene Mitarbeiter wider. Durch das jährlich stattfindende Mitarbeitergespräch, ein kleines überschaubares Team und den guten persönlichen Kontakt werden alle Fragen, Konflikte und Probleme offen angesprochen und geklärt.

Verpflichtende Indikatoren

- Statement von Betriebsrat und/oder Personalabteilung zu diesen Fragen
Es gibt keine standardisierte Vorgehensweise bei Fehlverhalten durch Mitarbeiter. Die Vorgehensweise wird dem entsprechenden Fall individuell angepasst. Allerdings ist bei Abmahnungen bzw. Ermahnungen der Betriebsrat beim Gespräch mit der Führungskraft (Vorstand) integriert (keine Notwendigkeit im Berichtszeitraum).
- Gerichtsprozesse/Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab
Es gab 2017 + 2018 keine Gerichtsprozesse / Rechtsverfahren bzgl. der Verletzung des Arbeitsrechts.
- Anzahl/Inhalt der Beschwerden von Seiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden
Es gab 2017 und 2018 keine Beschwerden vonseiten des Betriebsrates, der AK oder der Gewerkschaft.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Der Dienstvertrag regelt die Rechte und Pflichten von Arbeitnehmern und Arbeitgebern, soweit sie durch Gesetz oder Kollektivvertrag nicht zwingend festgelegt sind. In einem Dienstvertrag müssen folgende Punkte enthalten sein:

1. Beginn und Dauer des Dienstverhältnisses
Der Beginn eines Dienstverhältnisses ist zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer frei zu vereinbaren. Es ist jeder beliebige Tag möglich, es muss sich nicht um einen Monatsersten handeln. Dienstverträge können unbefristet sein oder auch eine Befristung beinhalten. Die Befristung kann mit einem bestimmten Endigungsdatum vereinbart werden.
2. Probezeit
Kann individuell vereinbart werden und beträgt zwischen 1 und 6 Monate.
3. Kündigungsfrist und Kündigungstermine
Sind gem. § 20 Angestelltengesetz rechtlich festgelegt.
4. Arbeitsort
Ist auf Lech bzw. Warth begrenzt, da wir keine weiteren Niederlassungen haben.
5. Vereinbarungen zum Tätigkeitsbereich
Die vorgesehene Verwendung des Dienstnehmers ist ebenfalls zwingend im Dienstvertrag zu regeln. Eine Möglichkeit ist hier der Verweis auf eine Stellenbeschreibung.
6. Einstufung, Entlohnung
Der Dienstnehmer ist verpflichtend in das Lohn- oder Gehaltsschema einzustufen. Die Einstufung hat hinsichtlich Verwendungsgruppe und der Verwendungsgruppenjahre (eventuell unter Anrechnung von Vordienstzeiten) zu erfolgen.
7. Arbeitszeit
Jedenfalls ist im Dienstvertrag das Ausmaß und die zeitliche Lage der Arbeitszeit zu vereinbaren. Es stehen verschiedene Arbeitszeitmodelle zur Verfügung.
8. Betriebliche Vorsorgekasse
Das Arbeitsvertragsrechtsanpassungsgesetz (AVRAG) verpflichtet den Dienstgeber, den Namen und die Adresse der Betrieblichen Vorsorgekasse im Dienstvertrag anzugeben.

Des Weiteren enthält unser Dienstvertrag folgende Klauseln:

9. Verschwiegenheitspflicht
10. Verwendung personenbezogener Daten
11. Rückersatz von Ausbildungskosten
12. Konkurrenzklausel
13. Dienstfahrten privat PKW

Im Dienstvertrag individuell angepasst werden können Punkt 1 / 2 / 5 / 6 / 7 .
Solidarisch geregelt sind die restlichen Punkte.

Bei der Einstufung werden folgende Parameter berücksichtigt:

- Qualifikation
- Berufserfahrung
- Tätigkeitsprofil

Damit die Mitarbeiter/-innen ausreichen motiviert sind, gute Leistungen zu erbringen, kann ein System etabliert werden, das verschiedene Gehaltsstufen vorsieht, das als gerecht und angemessen empfunden wird. Dies gelingt besonders gut mit Systemen, die neben der Berücksichtigung von Qualifikation und Erfahrung auch besondere Leistungen honorieren.

Wieviel Arbeitszeit es tatsächlich braucht hängt vom jeweiligen Stellenprofil ab und natürlich der individuellen Motivation der Arbeitnehmer. Laut Mitarbeiterumfrage motiviert 85% der Mitarbeiter ihre Arbeitszeitregelung.

Auf der höchsten Stufe steht das Gesetz, danach kommen Kollektivvertrag, Betriebsvereinbarung und Arbeitsvertrag. Es gilt das Günstigkeitsprinzip. Das bedeutet zum Beispiel, dass ein Arbeitsvertrag keine für die Arbeitnehmer schlechteren Regelungen enthalten kann als Gesetz, Kollektivvertrag und Betriebsvereinbarung. Der Arbeitsvertrag gibt somit mehr Rechtssicherheit!

Ungenauere Angaben, die verschieden interpretiert werden können, zählen zu den größten Fehlpässen der Vertragswelt. Kommt es im härtesten Fall zu einer Auseinandersetzung vor Gericht, steht man mit unklaren Formulierungen und schwammigen Termini schlecht da. Solche Umstände könnten dann einen negativen Einfluss auf das Wohlergehen der Mitarbeiter haben.

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Die Entlohnung der Mitarbeiter erfolgt anhand des Kollektivvertrages der Angestellten der Raiffeisen Bankengruppe und Revisionsverbandes. Dabei handelt es sich um ein österreichweites transparentes und verbindliches Entgeltschema. Die Einstufung erfolgt nach Qualifikation, Berufserfahrung und Tätigkeitsprofil. Weiters wird eine Zulage von der Bank ausbezahlt, da die Lebenshaltungskosten in Lech deutlich über denen im restlichen Vorarlberg bzw. im Osten Österreichs liegen. Dadurch wird den Mitarbeitern ein gutes Leben ermöglicht. Weitere Begünstigungen sind: Wohnungszuschuss wird jedoch nicht über den Lohn geregelt. Kinderzuschuss bei Mietwohnung in unserer Wohnanlage in Stubenbach. Zusätzliche freiwillige betriebliche Altersvorsorge ab einer Betriebszugehörigkeit von drei Jahren. Die Abgeltungszufriedenheit wurde im Fragebogen „Mit wie zufrieden bist du mit deiner Entlohnung“ erhoben und erfährt eine hohe Zufriedenheit. Daher gibt es aktuell keinen Handlungsbedarf.

Das Mindesteinkommen muss, bezogen auf die Lebenshaltungskosten eines Landes und einer Region, auskömmlich sein (Living Wage⁴). Als Richtwerte gelten für Österreich EUR 1.560,00.

Die „innerbetriebliche Brutto-Einkommensspreizung“ wird nicht nur jährlich, sondern auch bei jeder Neueinstellung oder Umstufung etc. geprüft. Die Offenlegung der Gehälter wurde bereits in den Jahren 2014 und 2016 mittels Fragebogen abgefragt und wird von den Mitarbeitern nicht gewünscht, daher sehen wir hier auch keinen Handlungsbedarf.

Verpflichtende Indikatoren

- Höchst- und Mindestverdienst (*innerbetriebliche Spreizung*)

| Grundlage | Jahr | mit Vorstand | ohne Vorstand |
|---|------|--------------|---------------|
| Höchster Bruttojahresgehalt und niedrigster Bruttojahresgehalt auf Köpfe gerechnet. Inkl. Bilanzgeld, Boni Vorstand, aliquotem 13. und 14. Gehalt bei Vollzeitbeschäftigung von 38,5h. Lehrlinge werden nicht berücksichtigt, jedoch Reinigungskraft. | 2017 | 5,13 | 3,37 |
| | 2018 | 5,44 | 3,64 |
| Bei der Bilanzierung 2016 wurde der Nettojahreshalt als Berechnungsgrundlage herangezogen. Sonst war die Berechnungsbasis gleich. 2016 lag die Spreizung bei 3,86% (Basis Nettojahresgehalt) unter Berücksichtigung des Vorstandes. | | | |

- Medianverdienst

| Grundlage | Jahr | mit Vorstand | ohne Vorstand |
|---|------|--------------|---------------|
| Höchster Bruttojahresgehalt und niedrigster Bruttojahresgehalt auf Köpfe gerechnet. Inkl. Bilanzgeld, Boni Vorstand, aliquotem 13. und 14. Gehalt bei Vollzeitbeschäftigung von 38,5h. Lehrlinge werden nicht berücksichtigt, jedoch Reinigungskraft. | 2017 | € 49.655,40 | € 33.741,75 |
| | 2018 | € 52.210,95 | € 36.079,50 |

- Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

Das Mindesteinkommen muss, bezogen auf die Lebenshaltungskosten eines Landes und einer Region, auskömmlich sein (Living Wage⁴). Als Richtwerte gelten für Österreich EUR 1.560,00. Da alle unsere Gehälter über das kollektivvertragliche Niveau hinausgehen ist dieser Wert gesichert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Mit Ausnahme der Vorstände und eines Prokuristen erfassen alle Mitarbeiter ihre Arbeitszeit mittels eines elektronischen Systems Minutengenau. Unser Arbeitsmodell beinhaltet eine Kernarbeitszeit und eine gleitende Arbeitszeit. Auf Abteilungsebene herrscht ein hoher Grad an Selbstbestimmung bei der Zeiteinteilung.

Jeder Mitarbeiter geht eigenverantwortlich mit seiner Arbeitszeit um. Überstunden und Minusstunden sind geregelt. Fallen in einem Monat mehr als 15 Überstunden an, wird in einem Gespräch mit dem Vorstand nach einer Lösung gesucht und auch meist gefunden.

Die Mitarbeiterbefragung zeigt, dass die bestehenden Arbeitsmodelle nach wie vor stimmig sind. Die Zufriedenheit ist mit einer Quote von 75% sehr hoch. Der Wunsch einzelner Mitarbeiter nach einer noch flexibleren Arbeitszeit wird geprüft und geeignete Lösungen für Mitarbeiter, Kunde und Unternehmen werden ausgearbeitet. Auch die Urlaubsabwicklung wird von den Mitarbeitern Team-intern selbst gestaltet. Voraussetzung ist ein ordnungsgemäß funktionierender Bankbetrieb. Hinsichtlich der Urlaubszeit besteht durch die stark saisonalen Schwankungen, eine nicht ausgesprochene aber gelebte Urlaubssperre in den Wintermonaten. Dies wird von den Mitarbeitern mitgetragen.

Je nach Abteilung haben die Mitarbeiter spezielle Arbeitszeiten (Sommer- und Winterarbeitszeiten). Derzeit haben drei Mitarbeiter noch spezielle Verträge mit Überstundenpauschalen. Diese bleiben nach mehrmaligem Hinterfragen in den letzten Jahren auf Wunsch der Mitarbeiter erhalten. Eine Überstundenpauschale konnten wir seit letzter Bilanzierung abbauen.

Neue Arbeitsverträge werden ohne Überstundenpauschale abgeschlossen.

Veranstaltungen werden in der Regel erfasst. Die Zeit die über die reguläre Arbeitszeit hinausgeht, geht in einen eigenen Zeit-Topf. Dieser kann über das Jahr verteilt, bis spätestens Ende November, geleert werden (auch in Form ganzer Urlaubstage). Die Quote der All-In-Verträge liegt aktuell bei 11%.

Verpflichtende Indikatoren

- Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden)
Lt. Kollektivvertrag 38,5h Woche.
- Tatsächlich geleistete Überstunden

| Geleistete Überstunden | Jahr | Stunden | Tage | % | h/MA |
|---|------|---------|-------|--------|------|
| 27 Mitarbeiter ohne Vorstand (All-In-Vertrag) | 2017 | 701,60 | 94,60 | 35,04% | 26h |
| 29 Mitarbeiter ohne Vorstand (All-In-Vertrag) | 2018 | 673,83 | 90,81 | 33,66% | 23h |
| Inkludiert die 3 Überstundenpauschale mit 240 Stunden | | | | | |

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Abbau einer Überstundenpauschale. Bilanz 2016 noch vier.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Überstunden verringern.
Zeitmodell, wenn notwendig anpassen.

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

Unsere Arbeitsmodelle beinhalten eine Kernarbeitszeit und eine gleitende Arbeitszeit. Derzeit sind folgende Zeitmodelle üblich:

- Normalarbeitszeit (Gleitzeitmodelle)
- Teilzeit
- Vertrauensarbeitszeit

Vereinstätigkeiten dürfen während der Arbeitszeit in der Bank erledigt werden → wird in der Zeiterfassung separat ausgewiesen. Außerdem ist es den Mitarbeitern, die für Rettungsorganisationen tätig sind gestattet, an Rettungseinsätzen, während der Arbeitszeit teilzunehmen.

Verpflichtende Indikatoren

- Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

Normalarbeitszeit (Gleitzeitmodelle) = 14 Mitarbeiter

Teilzeit

Vertrauensarbeitszeit

Home Office

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

Vertrauensarbeitszeit = unsere drei Vorstände haben All-In-Verträge

Vertrauensarbeitszeit = ein Prokurist

Vertrauensarbeitszeit = ein Kundenberater

Teilzeitmitarbeiter = neun Mitarbeiter

Jobsharing = im Sekretariat teilen sich zwei Mitarbeiter die Aufgaben (1 MA = 3 Tage, 1 MA = 2 Tage)/inkludiert bei den Teilzeitmitarbeitern

Normalarbeitszeit (Gleitzeitmodelle) = 15 Mitarbeiter

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Umstellung von einem Mitarbeiter von Normalarbeitszeit auf Vertrauensarbeitszeit

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Die Raiffeisenbank Lech agiert in Ihrer Rolle als Arbeitgeber vorbildlich. Es gibt keine Zeitarbeitenden bzw. Saisonsarbeiter. Wir haben ausschließlich Jahresarbeitsverträge.

Der Verdienst liegt bei all unseren Mitarbeiter über der Living-Wage. Aufgrund der flachen Hierarchie spielt die „investierte“ Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten keine relevante Rolle. Das Augenmerk liegt hier vielmehr auf den sogenannten „Soft Skills“. Schüler, die ihm Rahmen von Schulprojekten Einblick in die Tätigkeiten einer Bank bekommen, erhalten keine Entlohnung. Praktikanten erhalten dieselbe Zuwendung wie Lehrlinge im dritten Lehrjahr.

Verpflichtende Indikatoren

- Standortabhängiger „Lebenswürdiger Verdienst“

Die aktuelle Living Wage liegt bei EUR 1.560,00 brutto. Zu dem Kollektivvertrag erhalten alle Mitarbeiter eine freiwillige Zulage. Diese sichert einen Lebenswürdiger Verdienst für unsere Region. Alle Gehälter liegen über der Living Wage. Die Mitarbeiter erhalten 15. Gehälter.

- Gewinn

Jahresüberschuss 2018 = EUR 1.698.696,83

- Mitarbeiter*innenanzahl

Stand 31.12.2018 = 27 Mitarbeiter, 1 MA in Karenz

- Anzahl der Pauschalverträge

3 = Vorstand (All-In-Verträge)

- Anzahl der Null-Stunden-Verträge

keine

- Mindest- und Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

keine

- Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden)

27 inkl. Reinigungskraft und karenzierte Mitarbeiter

- Anzahl der Zeitarbeitenden

keine

- Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen

6 Monate bei Neueinstellungen

- Anteil von befristeten Arbeitsverträgen

Ein Mitarbeiter – Einstieg 1.2.2019

- Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen

nicht relevant

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

- Abbau von einer Überstundenpauschale.

Verbesserungspotenziale:

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

Unseren Mitarbeiter steht eine vollausgestattete Cafeteria zur Verfügung. Heißgetränke sind gratis und kommen aus regionalen bzw. aus anderen gemeinwohlbilanzierenden Betrieben (Amann Kaffee – VlbG.) (Sonnentee - NÖ). Außerdem steht wöchentlich nach Möglichkeit saisonal verfügbares Obst zur Verfügung (Fruchtexpress – VlbG.). Mittags besteht die Möglichkeit selbst zu kochen, mitgebrachtes Essen zu verzehren, das Gourmetmenü⁵ (nachhaltig erzeugtes Convenience Food) zu nutzen oder in einem der umliegenden Restaurants ein Abo-Menü (vergünstigter Mitarbeiter-Preis) einzunehmen.

Es stehen keine Parkplätze für Mitarbeiter vor dem Gebäude zur Verfügung. Allerdings gibt es für die neu angeschafften E-Autos, 4 Elektro-Ladestationen die während der Ladezeit gratis genutzt werden können (2 hinter dem Gebäude, 2 seitlich am Gebäude). Fahrradständer und Parkmöglichkeiten für Roller bzw. Motorräder stehen seitlich am Gebäude zur Verfügung. Für die gegenüberliegende Tiefgarage können im Winter 6 Parkkarten (für Pendler vergünstigt) und im Sommer 13 Parkkarten (gratis) bezogen werden. Für den Skipass bzw. für die öffentlichen Verkehrsmittel (mit Skipasse ist im Winter der Ortsbus gratis) gibt es keine weiteren Vergünstigungen. Die ÖBB Business Card kann jedoch auch für private Fahrten genutzt werden. Außerdem nehmen wir am jährlichen Radius Radwettbewerb teil. Für Mitarbeiter die zu Fuß oder mit dem Rad anreisen, steht eine Dusch- und Umkleidemöglichkeit zur Verfügung. Unsere Mitarbeiter werden angehalten, wenn möglich Kunden mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu bereisen. Bahnreisen werden hierbei Flugreisen vorgezogen. Weiters stehen für Kundenbesuche im Ort ein Segway und ein E-Bike zur Verfügung.

Um unsere Mitarbeiter ökologisch nachhaltige Lebensweise näherzubringen, sind unsere E-Mail Abbinde mit regelmäßig wechselnden „Tu was Tipps“ versehen. Interessanten Artikel zu diesem Thema werden regelmäßig im Intranet veröffentlicht und sind somit für alle einsehbar. Nach Möglichkeit werden auch Vorträge organisiert, wie zB. 2018 „Plastikfrei(er) Leben“.

Es gibt gelegentlich auch Informationen bei Mitarbeiterbesprechungen zu aktuellen Entwicklungen oder interessanten ökologischen Produkten.

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Die Raiffeisenbank Lech stellt ihren Mitarbeitern gratis wöchentlich möglichst saisonal verfügbares Obst zur Verfügung. Mitarbeiter, die einen eigenen Garten besitzen und Früchte übrig haben bringen diese zum Verzehr mit. Entweder frisch, aber auch weiterverarbeitet in Form von Kuchen, Eingemachtem etc. Außerdem werden selbst erzeugte Lebensmittel wie Honig oder Gemüse untereinander getauscht. Weiters gelten die bereits in der Einleitung gemachten Angaben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Beim Gourmetmenü mind. 50% auf BIO-Produkte umstellen
- Regionaler Eierlieferant bewerben
- Lebensmitteltauschbörse bzw. Talentbörse einrichten (in Mitarbeitersitzung einbauen?)

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

In Lech gibt es ein gut funktionierendes, flächendeckendes Busnetz. Von den 27 Mitarbeitern (inkl. unserer Reinigungskraft) kommen 33,5% mit ihrem PKW zur Arbeit. Die restlichen 66,5% mit dem E-Auto, E-Bike, Fahrgemeinschaft, öffentlichen Verkehrsmitteln oder zu Fuß (siehe Fragebogen, Anhang C1.1). Ein E-Bike und ein Segway stehen den Mitarbeitern zur geschäftlichen wie auch privaten Nutzung zur Verfügung. Dieses Angebot wird sehr gut angenommen.

Das ökologische Verhalten der Mitarbeiter liegt uns sehr am Herzen und wir möchten mit der Möglichkeit zur Nutzung von Elektro-Dienstfahrzeugen einen weiteren und sehr wichtigen Beitrag zur Reduzierung der CO2 Emissionen leisten. Dafür stellen wir Elektro-Dienstfahrzeuge als Leasingvariante zur Verfügung. Diese werden selbstverständlich auch privat genutzt.

Unser Wunsch ist, dass unsere Mitarbeiter künftig nur noch Elektrofahrzeuge anschaffen, die dienstlich als auch privat genutzt werden sollen. Somit wird die Anschaffung eines privaten PKW's (Brennstoff) vermieden. Ganz im Sinne des Klimawandels.

Bei Dienstreisen wird bevorzugt die Bahn benutzt auch wenn dadurch der Mitarbeiter 1 bis 2 Tage mehr Zeit in Anspruch nimmt und nicht im Unternehmen ist. Das Dienst-KFZ wird mehr oder weniger nur noch für Dienstreisen in Vorarlberg genutzt. Hier ist leider eine sinnvolle Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln nicht möglich. Erfreulicherweise wird hier auch schon der Großteil durch die E-Autos von den Mitarbeitern übernommen. Dafür stehen vier Gratis-Ladestationen zur Verfügung.

Jährlich wird der Ökologische Fußabdruck unserer Mitarbeiter erhoben. Der durchschnittliche Fußabdruck der teilnehmenden Mitarbeiter beträgt 97% des österreichischen Durchschnittes. (Siehe Anhang C3.2).

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß
33,5% PKW | 23,2 % zu Fuß | 22,1% öffentliche Verkehrsmittel | 13,6% E-Auto | 5% Fahrgemeinschaft | 2% E-Bike (siehe Auswertung Fragebogen im Anhang C1.1)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Vier Mitarbeiter kommen mit ihrem E-Auto zur Arbeit
- Einholung des Ökologischen Fußabdruckes von den Mitarbeitern

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ausbau der E-Mobilität
- Nutzung der ÖBB Card forcieren

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Nahezu alle Mitarbeiter sind in den Prozess der Gemeinwohl-Ökonomie direkt eingebunden. Für jeden Punkt von A1 bis E4 der Gemeinwohl-Matrix 5.0 gibt es jeweils einen „Gruppenleiter“ und eine dazugehörige Arbeitsgruppe bestehend aus zwei bis fünf Mitarbeitern. Der Gruppenleiter hat auch die Aufgabe, auf die Ziele seiner Gruppe bei verschiedenen Anlässen in der Bank hinzuweisen. Mit dieser breiten Vernetzung setzt sich jeder Mitarbeiter in einem beträchtlichen Ausmaß mit den Themen der Gemeinwohl-Ökonomie auseinander und es sind so die organisatorischen Maßnahmen zur Sensibilisierung aller Mitarbeiter in Bezug auf das gegenständliche Thema umgesetzt.

Ökologische, nachhaltige Themen spielen auch in unseren Weiterbildungsangeboten eine wichtige Rolle. Zwei Mitarbeiter haben den „Lern-gang“ der Raiffeisen Landesbank besucht, welcher sich dem Themenkomplex „Nachhaltiges Investieren“ widmet. Weitere drei Mitarbeiter haben die Weiterbildung „Nachhaltige Geldanlagen“ absolviert. Für welche sie das ÖGUT¹-Nachhaltigkeitszertifikat erhielten.

Bei unserer Personalrekrutierung steht unsere Unternehmenskultur, unser Wertebild ganz klar im Vordergrund und auch die Gemeinwohl-Ökonomie die wir seit 2012 aktiv leben. Wir legen Wert darauf, dass die neuen Mitarbeiter diese Werte mittragen und leben.

Mit dem Leben der Gemeinwohl-Ökonomie werden die Mitarbeiter sensibilisiert im geschäftlichen wie auch im privaten Bereich. Sie leben dort auch diese Werte und sind somit auch Multiplikatoren im Familien wie auch Freundeskreis. Das trägt zum Wachstum der GWÖ bei.

Verpflichtende Indikatoren

- **Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten in %**

Die Nachhaltigkeitsaktivitäten sind den Mitarbeitern mit etwa 95% bekannt. (Siehe Fragebogen)

- **Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden in %**

Laut Rückmeldung aus dem MA-Fragebogen sind 95% der Mitarbeiter der Meinung, dass die Raiffeisenbank Lech sich für ein ökologisches, soziales, faires, verantwortungsvolles wirtschaften mit dem Blick auf kommende Generationen einsetzt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- 3 Mitarbeiter erhalten das „ÖGUT-Nachhaltigkeitszertifikat“

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Vierteljährliche Treffen der Gemeinwohlgruppenleiter einberufen um neue Ideen, Konzepte etc. zu diskutieren (Weitergeben an restliche Mitarbeiter im Rahmen der MA-Besprechung)

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

Berichtsfragen

- Welche der untenstehenden Negativ-Aspekte treffen im Unternehmen zu?

nicht relevant

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Bei operativen und strategischen Entscheidungen haben die Mitarbeiter die Möglichkeit der Mitbestimmung. Hier ist eine Zweiseitigkeit im Betrieb zu spüren. Bei operativen Entscheidungen werden sehr oft die Mitarbeiter mit der Erarbeitung von Themen beauftragt, die anschließend auch so umgesetzt werden, ohne Einspruch der Vorstände. Bei strategischen Entscheidungen sind die Mitarbeiter mehr oder weniger nicht involviert. Entscheidungen werden hauptsächlich auf Vorstandsebene und zum Teil unter Einbindung der Prokuristen herbeigeführt. Bei Großkrediten hat der Aufsichtsrat die Aufgabe mitzuentcheiden.

Obwohl aufgrund unserer Betriebsgröße gesetzlich nicht verpflichtend, besteht unser Betriebsrat aus drei Personen, welche sich für die Anliegen unserer Mitarbeiter einsetzen. Zum Wohle der Mitarbeiter werden jährlich verschiedene, unterschiedliche kulturelle und sportliche Aktivitäten angeboten. Im Berichtszeitraum haben die Mitarbeiter daraus folgende Zuwendungen erhalten: 3-tägiger Betriebsausflug nach Lissabon,

Weihnachtsgeschenk, Advent Zotter-Schokolade, gratis Eistag, gemeinsamer Besuch des Weihnachtsmarktes, eintägiger Betriebsausflug nach Ravensburg, Silvesterempfang, 1-tägiger Skitag, Teilnahme am Business-Run, Besichtigung inkl. Führung Skyspace und Ausstellung im Museum Huber-Hus.

Alle Mitarbeiter hatten die Möglichkeit den Prozess der Gemeinwohlbilanzerstellung mitzugestalten. Die meisten haben das auch aktiv wahrgenommen. Die Aufgaben wurden an verschiedene Arbeitsgruppen delegiert und von ihnen erarbeitet. So spiegelt unser Bericht den gesamten Betrieb und die Sichtweisen der Mitarbeiter wieder.

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Unsere Betriebsgröße erlaubt uns eine sehr offene Unternehmenskultur. Grundsätzlich bekommt jeder Mitarbeiter jede Information. Nicht alle Informationen werden automatisch veröffentlicht. Informationen zu gewissen Themen werden bei uns im Haus als Holschuld verstanden und gelebt. Generell bekommt jeder Mitarbeiter alle Informationen von den Vorständen. Die Raiffeisenbank Lech verfügt durch IBM-Connection⁷ über ein EDV-gestütztes Informationssystem auf das alle Mitarbeiter Zugriff haben. Zudem werden folgende Kanäle genutzt: Mitarbeiterbesprechungen, E-Mail, Intranet, Führungskräfte-Informationen-Veranstaltungen, Stand-Up-Meetings. Unsere Reinigungskraft erhält die Informationen direkt von ihrem zuständigen Vorstand. Bei den monatlichen Mitarbeitersitzungen wird die Monatsbilanz bzw. Quartalsbilanz präsentiert und über Themen der Vorstände und aktuelle Geschehnisse aus den verschiedensten Bereichen berichtet.

Welche Themen sind für den Mitarbeiter einsehbar:

- Mitarbeiterhandbuch
- Dienstanweisungsdatenbank
- Mitarbeiterbesprechungsprotokolle
- Quartalbilanz
- Eigenmittel
- Bilanzsumme
- Kundengeschäftsvolumen

Welche Themen sind NICHT für den Mitarbeiter einsehbar:

- Vorstandsprotokolle
- Gehälter (einsehbar für die bearbeitende Person)
- Interne Kostenrechnung
- Entscheidungen über Einstellung/Entlassung
- Aufsichtsratssitzungsprotokolle
- Kreditsitzungsprotokolle

Auf Wunsch/Vorsprache des Mitarbeiters beim Vorstand bekommen wir auch zu diesen Themen Auskunft. Welche Informationen für den jeweiligen Mitarbeiter sinnvoll und dienlich sind entscheidet der Vorstand. Dies ist auch zum Eigenschutz des Mitarbeiters.

Verpflichtende Indikatoren

- Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %).
Kritische Daten: 20 % = 10 % der kritischen Daten werden vierteljährlich (zB. Quartalsbericht) vom Vorstand bei der MA-Besprechung präsentiert, besprochen und erklärt. Für die restlichen 10% der

kritischen Daten erhalten die Mitarbeiter gegen Vorsprache beim Vorstand direkt Auskunft. Dienst zum Selbstschutz der Mitarbeiter. Wir leben in einem kleinen Dorf, wo jeder jeden kennt.
Wesentliche Daten: 80 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Drei Vorstände bilden die Führungskräfte der Raiffeisenbank Lech. Es gibt keine weitere Hierarchieebene. Der Vorstand wird durch den Aufsichtsrat bestimmt und durch den Revisionsverband bestätigt. Als Anforderungsprofil eines zukünftigen Vorstandes werden eine angemessene Ausbildung sowie entsprechende Charakterzüge vorausgesetzt. Die Mitarbeiter haben dadurch kein direktes Mitbestimmungsrecht. Jedoch im Rahmen der Generalversammlung haben sie die Möglichkeit die Abwahl eines Vorstandes zu beantragen. Somit gibt es zumindest ein Recht auf eine Abwahl, auch wenn dies nicht so stark einzustufen ist, wie das Recht einer Wahl. Mitarbeiter sind per Satzung vom Aufsichtsratsmandat ausgeschlossen.

Verpflichtende Indikatoren

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Die Mitbestimmungsmöglichkeiten der Mitarbeiter entsprechen ihrem zahlenmäßigen Gesellschafteranteil (rund 5%).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates

Unser Betriebsrat besteht aus drei gewählten Mitgliedern. Die Aufgaben bestehen darin, die wirtschaftlichen, sozialen, gesundheitlichen und kulturellen Interessen aller Mitarbeiter im Betrieb zu fördern. Dazu findet ein vierteljährliches Treffen statt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

Glossar:

ÖGUT Nachhaltigkeitszertifikat¹: Zertifikat für „Weiterbildung Nachhaltige Geldanlage“, https://www.oegut.at/de/news/2018/06/fng-pressefruehstueck_2018.php

DSGVO²: Datenschutzgrundverordnung, <https://www.dsb.gv.at/gesetze-in-osterreich>

RLB³: Raiffeisen Landesbank

Living Wage⁴: <https://tradingeconomics.com/austria/living-wage-family>

Gourmet Menü⁵: <http://www.gourmet.at/>

Öko-Fußabdruck⁶: <http://www.mein-fussabdruck.at/>

IBM Connections⁷: ist eine sogenannte "Social Collaboration" Plattform. Wir nutzen IBM Connections im Hause für die Kommunikation aller fachlichen Themen und Mitarbeiter Themen.

Anhang: C1.1 | Auswertung Mitarbeiterfragebogen

Anhang: C1.1 | Leitfaden & Checkliste für die Einführung neuer Mitarbeiter

Anhang: C1.1 | Leitfaden zur Führung des jährlichen Mitarbeitergesprächs

Anhang: C1.2 | Bericht Wasseruntersuchung

Anhang: C3.2 | Ökologischer Fußabdruck der Mitarbeiter

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

Veranlagung: Günter Smodic, Georg Gundolf, Jan Amann

Finanzierung: Jürgen Schwarzl, Hubertus Walch, Markus Walch, Maria-Luise Moritz, Julian Rieder

Die Kunden als Menschen mit ihren Bedürfnissen und Wünschen stehen immer vor kurzfristiger Gewinnmaximierung. Unser wirtschaftliches Ziel liegt in fairen, nachhaltigen, glaubwürdigen Kundenbeziehungen auf Augenhöhe.

Unsere zusätzlich definierte Säule „Nachhaltigkeit“ wird aktiv verbreitet, um die Sensibilisierung zu diesem Thema anzuregen. Wirtschaftlich gesehen ist es unser Ziel, die heimischen Betriebe, sowie die Bevölkerung (jung und alt) und deren Lebensraum zu unterstützen und zu fördern. Dadurch versuchen wir vor allem soziale, ökologische, sportliche und kulturelle Projekte voranzutreiben, welche nicht unmittelbar mit dem Bankgeschäft zu tun haben müssen. Die Mitarbeiter identifizieren sich voll mit dem Grundsatz des Unternehmens und zeigen sich freundlich, ehrlich, verständlich, vertrauensvoll, zuverlässig und wertschätzend.

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Es wird ausschließlich auf die Wünsche und das Wohlergehen des Kunden eingegangen. Es zählt der Mensch, die Ziele, die Wünsche und die Lebensumstände des Kunden (Analyse= persönlich/zuhören und Fragen stellen). Die Berater nehmen sich ausreichend Zeit für die Kunden und achten darauf, nicht in der „Banksprache“ zu sprechen. Der Kunde soll das Produkt verstehen und wissen was er unterschreibt. Es werden nur faire Angebote (da keine Produkt- und Konditionenwerbung) angeboten. Auch werden keine Nahrungsmittelspekulationen, Geschäfte mit der Rüstungsindustrie und Spekulationstitel empfohlen.

Natürlich wird nur „nachweislich“ versteuertes Geld angenommen und die Mittelherkunft überprüft. Zweifelhafte Kunden werden abgelehnt, selbst wenn ein „gutes“ Geschäft dadurch nicht zustande kommt. Verdachtsfälle für kriminelle Gelder werden beim Bundeskriminalamt angezeigt. Dies gilt für Stamm- wie auch Neukunden. Wir machen keine Unterscheidung. Begegnen beiden Kundengruppen achtsam und auf Augenhöhe.

Berichtsfragen

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

Für die Gewinnung von Neukunden haben wir in unseren Strategien konkrete Zielgruppen definiert. Dies sind im Segment „Private Banking“ nach wie vor der Lech-Gast in der 4 und 5 Sterne-Kategorie, Vorarlberger mit Ferienwohnsitz in Lech, die Nachfolgegeneration der aktuellen Hoteliers, Einheimische in Führungspositionen und vor allem die Initiatoren der Gemeinwohlbetriebe Vorarlbergs. Im Segment „Firmenkunden“ sind es zusätzlich die Betriebe am Arlberg, sowie die Gemeinwohlbetriebe in Vorarlberg.

Primär erfolgt die Neukundengewinnung durch direkte und persönliche Ansprache. Jeder zufriedene Stammkunde wird um eine persönliche Weiterempfehlung gebeten. Des Weiteren möchten wir durch Werbung in lokalen Medien und im Skigebiet auf uns aufmerksam machen. Hierbei handelt es sich nicht um eine Produktwerbung, sondern unsere Werte stehen im Vordergrund. Für hochwertige Veranstaltungen gibt es ein neues Konzept der Neukundengewinnung. Neben den bestehenden Top-Kunden, möchten wir unsere definierten Wunschkunden ansprechen und auch Freunde von bestehende Top-Kunden.

Für die Betreuung der Stammkunden haben wir sowohl im Segment „Private Banking“, als auch im Bereich der „Firmenkunden“ ein neues Betreuungskonzept entwickelt. Grundsätzlich wird jeder Kunde individuell betreut.

Wir befinden uns derzeit in einem Entwicklungsprozess, in dem wir uns fachlich in den Schwerpunkten Generationenbegleitung, ethische und nachhaltige Veranlagung und Finanzierung und auch in steuerlichen

Aspekten fundiertes Wissen aneignen. Im Bereich „Firmenkunden“ werden wir uns zusätzlich in den Schwerpunkt Förderungen noch mehr spezialisieren. Hier haben wir auch schon Qualitätsstandards definiert und entwickelt. Konkret geht es hier um die Neugestaltung der Angebote, Reportings, und vor allem um Servicequalität. Die Entwicklung einer erweiterten Kommunikationsplanung ist uns besonders wichtig.

In diesem Entwicklungsprozess legen wir auch sehr großen Wert auf die Weiterentwicklung der Sozialkompetenz jedes einzelnen Mitarbeiters (zB. Haltung/Respekt gegenüber dem Kunden, Dialogfähigkeit etc.)

Sowohl die Private Banking Strategie, als auch die Firmenkundenstrategie wurde von den Kundenbetreuer inkl. Vorstand mit professioneller Begleitung entwickelt. Es liegt eine klare Dokumentation der Abstimmung und der Umsetzungsplanung vor.

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

Wir verstehen uns nicht als Verkäufer, sondern als Betreuer/Wegbegleiter. Es gibt keine Verkaufsziele, damit verbunden gibt es auch keine Bonifikationen und Provisionen für die Mitarbeiter.

Wir halten uns an die Grundsätze einer ordnungsgemäßen Finanzplanung sowie an die Ethikregeln als moralische Verantwortung.

Der Ethikkodex beinhaltet folgende Punkte:

- Vorrang des Kundeninteresses
- Integrität
- Objektivität
- Fairness
- Professionalität
- Kompetenz
- Vertraulichkeit
- Sorgfalt

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

Grundsätzlich wird bei der Gestaltung von Werbung der Ethik-Kodex der österreichischen Werbewirtschaft eingehalten.

Unsere Maßnahmen in Richtung ethische Werbung gehen aber noch weiter. Wir werben hauptsächlich werteorientiert, nicht produkt- oder verbraucherorientiert. In unseren Sujets werden eigene Mitarbeiter und die heimische Region abgebildet.

Wir veröffentlichen regelmäßig Berichte zur Bedeutung und Wichtigkeit des Gemeinwohles und Ethik in den örtlichen Medien, zB. Arlbergzeitung, Magazin „Zeitraum“, La Loupe, etc. In unseren Sujets Hinweise auf Anlagemöglichkeiten in ethische und nachhaltige Investments. Zeitungen und Magazinen in denen wir werben werden nach Möglichkeit auf ethische Gesichtspunkte geprüft und die Auswahl gegebenenfalls angepasst. Auch, wenn es um die Produktion von Werbeträgern geht, wird auf möglichst ökologische Materialien bzw. eine lange Haltbarkeit gesetzt. Unsere Skiständer werden von einem heimischen Produzenten aus Holz gebaut, unsere Außenwerbung bleibt für ca. 5 Jahre unverändert. Sponsorings werden ausschließlich für regionale Projekte die einen sozialen, sportlichen oder kulturellen Sinn haben genehmigt. Unsere Kundengeschenke sind möglichst nachhaltig.

2017/2018: vor Ort mit heimischen Kräuter gebrannter Gin

2018/2019: Selbst gesammelter Bergkräutertee in einer TEE-Tasse

Homepage:

- Berichte zu Tätigkeiten zum Thema Gemeinwohl und Lebensraum Lech
- Schnelleinstieg zur eigenen Gemeinwohlbilanz
- Link zu Gemeinwohlbetrieben in Vorarlberg
- Link zur Webseite „Gemeinwohl-Ökonomie“
- Hinweise zum Thema „nachhaltig investieren“
- Link zum Öko-Energieblog von Raiffeisen Leasing
- Berichte zu aktuellen und nachhaltigen Themen
- Vermittlung unserer Werte
- Vermittlung von Dienstleistungen und Service
- Berichte zur Jugendsparte „Lechclub“

In den beiden Betreuungskonzepten wurde eine klare strategische Ausrichtung zum Thema nachhaltige Geldanlage, sowie in die Förderung ökologischer Verbesserungen definiert. Diese Schwerpunkte sind fixe Bestandteile in jeder Kundenberatung und in jedem Offert. Somit forcieren wir die Bewusstseinsbildung und können zusätzlich das Volumen an nachhaltigen Produkten erhöhen. Jedem Kunden wird ein hochwertiger und regelmäßiger Nachhaltigkeitsnewsletter angeboten.

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

Unser Beschwerdemanagement wurde strukturiert, definiert und umgesetzt. Die systematische Erfassung von Feedbacks und ihre strukturierte, zeitnahe Bearbeitung sind für uns von zentraler Bedeutung. Beschwerden/Feedbacks werden von unserem Mitarbeiter Nikolaus Schwaighofer (Compliance Officer) aufgenommen, dokumentiert und zeitnahe (wenn möglich taggleich) mit dem Vorstand diskutiert. Gemeinsam wird eine Strategie entwickelt um künftig die Fehlerquote so gering wie möglich zu halten. Kritik sehen wir als Chance zur Weiterentwicklung und wird von uns in jedem Fall ernst genommen. Anerkennendes kleines Geschenk zur Wiedergutmachung.

Verpflichtende Indikatoren

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

Wie bereits in unserer ersten Bilanz haben wir die Ausgaben im Marketing für das Jahr 2018 betrachtet und wie folgt aufgeschlüsselt:

| Bezeichnung | in % 2016 | in % 2017 | in % 2018 |
|--|-------------|-------------|-------------|
| Marketing extern | 20% | 17% | 19% |
| Raiffeisen Landesbank Pflichtanteil | 15% | 18% | 19% |
| Inserate | 13% | 16% | 15% |
| Imagewerbung (Golf, Generalversammlung, Herbstfest) | 8% | 3% | 1% |
| Fahrrad & Skiständer | 8% | 1% | 1% |
| Schule und Jugend (inkl. Club) | 6% | 2% | 0% |
| Initiative Lebensraum Lech | 5% | 7% | 14% |
| Plakate, Prospekte und Flugblätter | 5% | 8% | 6% |
| Geschenk-Streuartikel (inkl. Geburtstag) | 5% | 4% | 4% |
| Sponsoring | 4% | 11% | 5% |
| Spesen im Geschäftsinteresse | 4% | 4% | 2% |
| Werbung & Sonstiges | 3% | 2% | 5% |
| Internetauftritt | 1% | 3% | 4% |
| Sonstige Sachaufwendungen (Deko/Blumen) | 1% | 1% | 3% |
| Zeitungen, Zeitschriften und Bücher | 1% | 1% | 1% |
| Bewirtung von Geschäftsfreunden (50% steuerli. Hinzurech.) | 1% | 1% | 1% |
| Grüner Ring | 0% | 1% | 0% |
| Geldspenden | 0% | 0% | 0% |
| Summe | 100% | 100% | 100% |

Veränderungen sind zurückzuführen auf:

- **Veränderter Verrechnungsschlüssel durch den Verbund (neu ohne Devisenausländern)**
- **Austausch aller Skiständer in Lech & Zürs auf die Holzvariante. Nur noch kleine Reparaturen**
- **Mehr Aktivitäten im Lebensraum, 2018 Jubiläumswocche – 12 Jahre ILL**
- **gezieltere Verwendung/Ausgabe von Geschenk- und Streuartikel**

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

Die Entlohnung unserer Mitarbeiter ist unabhängig vom Verkaufserfolg und damit frei von internen Vorgaben und Verkaufsdruck. Es gibt keine Provisionszahlungen an Kundenberater.

Um eine unvoreingenommene Beratung sicherzustellen wird an den landesweiten Verkaufswettbewerben nicht teilgenommen.

- **Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein?**

Mit den Kundenberatern werden nur qualitative, keine quantitativen Ziele vereinbart. Eine Forcierung von bestimmten Produkten gibt es nicht. Damit stellen wir sicher, dass der Kundennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Ausarbeitung der PrivateBanking Strategie
- Ausarbeitung der Firmenkunden Strategie

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D1.2 Barrierefreiheit

Berichtsfragen

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

Außer gesetzlicher Einschränkungen, gibt es keinerlei Hürden bezüglich der Nutzung von Produkten und Dienstleistungen.

Wenige Produkte sind im Kundeninteresse nur ab einer Mindestsumme sinnvoll und daher nur für einen beschränkten Kundenkreis zugänglich. (zB. Vermögensverwaltung/Mindestvolumen EUR 150.000)

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

Benachteiligte Kundengruppen wie einkommensschwache Haushalte, oder Menschen mit Beeinträchtigung sind in unserem Markt kaum vertreten und werden selbstverständlich als vollwertige Kunden mit den gleichen Rechten gesehen. Als heimische Bank liegt unser Augenmerk auch auf diesen Kunden. Dabei liegt unsere Stärke in der Überschaubarkeit unseres Lebensraumes (Jeder kennt jeden). Durch unser Engagement in der „Initiative Lebensraum Lech“ sind wir in der Lage solche Kunden (einkommensschwache Haushalte, ältere Menschen...) leicht zu lokalisieren und besonders zu betreuen.

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

Es gibt außer gesetzlicher Einschränkungen keine Einschränkungen bezüglich der Nutzung von Produkten und Dienstleistungen für benachteiligte Kundengruppen. Kunden mit Beeinträchtigung und alten Kunden wird die Betreuung außer Haus aktiv angeboten. Unser Haus ist Barrierefrei und eine Erweiterung und Barrierefreiheit unserer SB-Zone wurde erfolgreich umgesetzt.

Im Produktbereich ist der Zugang und die Nutzung speziell betreffend einkommensschwacher Haushalte und alten Menschen uneingeschränkt möglich. (zB. Anteilsgröße bei Fondsprodukten...)

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

Dazu gibt es eine Grundsatzentscheidung in unserem Haus. Bei unseren Kunden im Veranlagungsbereich gibt es auch für Großkunden keine Sonderkonditionen.

Im Finanzierungsbereich werden die Entscheidungen individuell im Kreditausschuss getroffen. Es ist nicht immer im Sinne unserer Verantwortung und unserer Kunden alle gleich zu behandeln. Zum Beispiel legen wir bei Jungunternehmern die den Start in die Selbstständigkeit wagen ein besonderes Augenmerk auf eine offene und ehrliche Beziehung auf Augenhöhe. Dazu kann mitunter auch unser Entgegenkommen und eine Besserstellung bei den Konditionen dem Gesamtmarkt dienlich sein.

Verpflichtende Indikatoren

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

Da diese Kundengruppe in unserem Markt keine Relevanz hat, werden auch keine Umsatzanteile erhoben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- SB Zone-Erweiterung um ein Ein- und Auszahlungsterminal bis EUR 14.999,00
- und ZVT Terminal = Kontoauszugsdrucker und Überweisungsautomat in einem Gerät

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfragen

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

Es gibt keinen Bonus bei Verkaufsabschlüssen und keine Promotion bestimmter Produkte. An landesweiten Verkaufswettbewerben nehmen wir nicht teil. Produkte werden immer individuell auf den Kundenbedarf abgestimmt.

Wir versenden keine Massenwerbung, keine Lockangebote und keine spezielle Produktwerbung. Unsere Werbelinie soll Emotion wecken und kein Produkt forcieren.

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

Keine

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische und unethische Kampagnen entfallen.
100% Ethisch!

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

Seit der letzten Bilanzierung haben sich hier spannende Begegnungen entwickelt. Immer wieder treten Unternehmen mit uns in Kontakt, um über unsere Erfahrungen mit der Gemeinwohl-Ökonomie zu diskutieren. Sehr eng arbeiten wir mit der Dornbirner Sparkasse zusammen und stimmen gemeinsam diverse Kennzahlen und Größen für die Bilanzierung nach der Matrix. 5.0 ab. Weiters erarbeiten wir gemeinsam den Mitarbeiter-, Lieferanten- und Finanzpartner-Fragebogen. Wir stehen auch im Austausch mit der Sparda-Bank München und greifen auch auf deren Erfahrung zurück.

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmern

Berichtsfragen

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

Seit Jahrzehnten gibt es starke Kooperationen im Vorarlberger Raiffeisensektor. Die Raiffeisenbank Lech ist Vorreiter in Sachen „nachhaltige Geldanlage“ und konnte dieses Thema in den letzten Jahren zu einem landesweiten Schwerpunkt machen. Nachhaltige Geldanlage hat sich dadurch in Vorarlberg bereits etabliert und zählt schon zu den Kernprodukten.

Die Raiffeisenbank Lech hat Kooperationen mit der Raiffeisenbank St. Anton am Arlberg (gemeinsame Werbeaktivitäten und Produktentwicklungen), sowie mit den ortsansässigen Mitbewerbern in Bezug auf gemeinsame Finanzierungen, sowie der Veröffentlichung von diversen Informationen (zB. Öffnungszeiten).

Eine gute Zusammenarbeit besteht mit der Raiffeisen Centrobank, welche für uns maßgeschneiderte Zertifikate entwickelt und umsetzt (Anhang D2.1 Serie – Arlberg Bonuszertifikat). Auch mit Raiffeisen Capital Management gibt es einen ausgezeichneten Kontakt. Das ist im Bereich nachhaltige Geldanlage sehr von Bedeutung. In der Raiffeisen Vermögensverwaltung konnten wir dadurch eine nachhaltige Produktlinie erwirken.

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

Im Finanzierungsbereich sind wir auch in Zukunft bereit, Kooperationen mit Mitbewerbern einzugehen – abhängig vom Geschäftsfall.

Gewinnen von weiteren interessierten Raiffeisenbanken in Vorarlberg, zur Zusammenarbeit im Geschäftsfeld PrivateBanking.

- In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?

Im Zuge der Entwicklung einer landesweiten PrivateBanking Strategie haben sich die neun größten Wertpapierbanken gebündelt. Die Raiffeisenbank Lech ist federführend und impulsgebend durch Günter Smodic in diesem Gremium vertreten.

Die gemeinsamen Ziele dieses Projektes sind:

- gemeinsames Gesamtkonzept
- gemeinsame Strategie
- gemeinsame Werbung
- gemeinsames Beratungskonzept
- gemeinsame Veranstaltungen
- gemeinsames Layout
- gemeinsames Reporting
- gemeinsame Angebotserstellung
- gemeinsame Kundenportfolioentwicklung
- gemeinsame Musterportfolios
- gemeinsame Produktentwicklung
- gemeinsame Informationsbeschaffung
- gemeinsame Dienstleister (Teletrader)
- gemeinsamer Erfahrungsaustausch
- gemeinsame Weiterbildung
- gemeinsame Weiterentwicklung
- aktive Unterstützung anderer Raiffeisenbanken in Vorarlberg

Neben diesem Gremium ist Günter Smodic in der landesweiter ERFA „Wertpapier“ aktiv vertreten. Hier steht neben dem Erfahrungsaustausch eine aktive Zukunftsplanung im Vordergrund. Das Thema „nachhaltige Geldanlage“ wird laufend ins Bewusstsein gerufen.

Jürgen Schwarzl ist aktiver Teilnehmer beim ERFA „Wohnbau“ und beim landesweiten Firmenkunden-Betreuertreffen. Aktuelle Hauptthemen sind ökologischer Wohnbau, Immobilien im „Alter“ und Generationenkredite. Die Betreuertreffen finden jeweils in einem Partnerbetrieb statt. Es dient neben der Besprechung aktueller Themen auch dem Aufbau eines wertvollen Netzwerkes.

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

Weiterentwicklung und Umsetzung der im Punkt D1.1 beschriebenen Betreuungskonzepte der Segmente „Private Banking“ und „Firmenkunden“. Kurz zusammengefasst geht es nochmals um folgende Handlungsfelder:

- strategische Zielgruppen
- strategisches Leistungsangebot
- Qualitätsstandards
- Sozialkompetenz

Mit diesen beiden Konzepten möchten wir den Standard unseres regionalen Tätigkeitsbereiches deutlich erhöhen. Durch die Abgrenzung erhoffen wir uns einen Vorteil.

Verpflichtende Indikatoren

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

Jürgen Schwarzl: Erfa-Sitzungen und Betreuertrreffen VlbG. 2018 – ca. 20 Stunden

Günter Smodic: Erfa-Sitzungen 2018 VlbG. – 30 Stunden
Private-Banking-Vorarlberg Konzept – 70 Stunden

Klaudia Fischer: Zusammenarbeit bzw. Austausch mit der Lech Zürs Tourismus, Gemeinde Lech, Lecher Bildungseinrichtungen – 115 Stunden
Austausch mit der Sparkasse Dornbirn & Sparda-Bank München (GWÖ Bilanzierung) – 30 Stunden

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

- Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)
siehe oben

- Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen
siehe oben

- Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe
siehe oben

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

Seit Frühjahr 2018 findet ein Austausch mit der Dornbirner Sparkasse im Rahmen der GWÖ Bilanzierung statt. Gemeinsam erstellen wir die erforderlichen Fragebögen, stimmen Kennzahlen ab und erarbeiten für uns Banken eine geeignete Definition einzelner Aspekte.

Weiters arbeiten wir mit unseren Partner vor Ort (Gemeinde, Lech Zürs Tourismus, Bildungseinrichtung, Vereinen) intensiv in unterschiedlichen Projekten zusammen. Eine ökologische, soziale und qualitative Dorfentwicklung ist unser aller Ziel.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Austausch und Mitarbeit in den ERFA-Gruppen durch zwei Mitarbeiter
- Zusammenarbeit mit der Dornbirner Sparkasse und Institutionen im Ort

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Zusammenarbeit/Austausch erweitern

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Zum Thema Gemeinwohl zeigen Universitäten Studenten und andere Banken Interesse an unserem Weg. Laufend werden Informationen an die jeweiligen Interessenten weitergegeben. Ganz aktuell konnten wir durch unsere Bemühungen, die VLV (Vorarlberger Landesfeuersversicherung) dazu bewegen sich mit der Gemeinwohl-Ökonomie auseinander zu setzen und eine Gemeinwohlbilanz zu schreiben.

Wir stehen im engen Kontakt mit der Gemeinwohlbank Sparkasse Dornbirn. Gemeinsam werden Kennzahlen abgestimmt und die Erhebungsstandards der Matrix 5.0 abgeglichen. Hilfreich ist auch der gemeinsame Erfahrungsaustausch mit der Sparda-Bank München. Diesbezüglich gab es ein Treffen im Frühjahr 2018. Wir sind überzeugt, dass es sinnvoll ist, vorhandenes Wissen auszutauschen, sodass nicht jeder alles „NEU erfinden“ muss. Synergien werden genutzt und Arbeiten wie beispielsweise die Ausarbeitung von Fragebögen wird aufgeteilt.

Unsere Mitarbeiter nehmen regelmäßig bei ERFA's bzw. soweit möglich bei Projekten der Raiffeisen Landesbank teil. Im Berichtszeitraum 2017/2018 waren dies beispielsweise ERFA's im Bereich der Geldwäscheprävention, Compliance sowie IKS (internes Kontrollsystem) in welchen wir durch Nikolaus Schwaighofer und/oder Wolfgang Lackner jeweils vertreten werden. ERFA steht für Erfahrungsaustausch und ermöglicht es uns einerseits einzubringen, aber auch von anderen Erfahrungswerten zu partizipieren. In den ERFA's werden aber auch aktuelle Themen behandelt bzw. geschult.

Wolfgang Lackner arbeitete im vergangenen Jahr zusätzlich in einem Projekt des Risikomanagements im Ausmaß von ca. 20 Stunden mit und referierte zu ausgewählten Themen im AML-ERFA 2017.

Wir stellen anderen Banken unser Know-how in Bezug auf Anti-Geldwäsche zur Verfügung. Unser Mitarbeiter Dr. Wolfgang Lackner verfügt in diesem Bereich über ein sehr hohes Fachwissen das wir gerne weitergeben. Diese Form der Zusammenarbeit findet auch im Controlling statt.

Der Neubau des Gebäudes und die damit verbundene Umstrukturierung, aber vor allem auch unsere Strategie im Umgang mit Zielvereinbarungen hat weit über unseren Sektor hinaus für großes Interesse gesorgt. Auch bei diesen Themen sind wir sehr offen mit der Weitergabe von Informationen. Unsere Verkaufsstrategie ist auf Beziehungsmanagement aufgebaut und um authentisch zu sein nur schwer kopierbar.

Aus dem Bereich „Technologien“ können wir berichten, dass einer unserer Mitarbeiter sich mit dem Projekt „Einheits-IT“ befasst und in ständigem Austausch ist.

Innerhalb des Raiffeisensektors wird eng zusammengearbeitet und wir sind bemüht, nicht in den Regionen anderer Banken geschäftlich tätig zu sein. Betätigt sich beispielsweise ein Kunde in einem anderen Gebiet raten wir ihm, dies bei der Raiffeisenbank vor Ort abzuwickeln. Großfinanzierungen können auf Grund unserer Satzungen nur mit der Raiffeisen Landesbank abgewickelt werden. Ein Austausch von Arbeitskräften war bis dato nicht möglich, da die Banken unterschiedliche EDV-Programme verwenden.

Verpflichtende Indikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeiter*innenstunden wurden an Unternehmen ...

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

Wir stellen den Vereinen immer wieder Mitarbeiter zur Organisation und Umsetzung von Veranstaltungen zur Verfügung. zB. Skiclub/FIS-Rennen, Pfarre/Adventkranzbinden, Sommerworkshops der LZT. Wir führen darüber keine Aufzeichnungen.

- der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? = Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen ...

140 Stunden = Siehe oben

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

Siehe Frage eins.

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

nicht erfasst

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

Ist für uns nicht relevant.

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

VLV konnten wir dazu bewegen eine Gemeinwohl-Bilanz zu schreiben.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?
Durch gezielte Kundenabwerbungen, durch nicht marktübliche Konditionen oder durch „negative campaigning“ könnten wir unsere Mitbewerber stören und schädigen.
- Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern bzw. wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?
In unserem Einzugsgebiet sind wir bereits Marktführer. Primäres Ziel ist es, diesen Standard zu halten, bzw. durch Engagement in der Gemeinwohl-Ökonomie leicht ausbauen.

Verpflichtende Indikatoren

- Findet ein wertender Vergleich (besser/schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt?
Es finden keine wertenden Vergleiche mit Mitunternehmer statt. Durch individuelle Angebotsgestaltung und durch wertvolle Zusatzleistung schaffen wir dem Kunden einen Mehrwert.
- 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

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Die Raiffeisenbank Lech ist klarer Impulsgeber beim Thema „ökologische und nachhaltige Produkte“ innerhalb der Raiffeisenbanken in Vorarlberg und in der Region Arlberg. Aufgrund unserer Initiative wurde dieses Thema auch im ganzen Sektor sensibilisiert. Wir berücksichtigen die ESG-Aspekte¹ (aktives Scoring und aktive Analyse der jeweiligen Ausschlusskriterien).

Die neue Richtlinie und Verordnung „MiFID II²“ sieht vor, dass Banken ihre Produkte nur noch aus einem Katalog anbieten dürfen, die einen strengen Produkteinführungsprozess durchlaufen haben. Aufgrund unserer hartnäckigen Initiative wurde dieser Katalog um acht Nachhaltigkeitsfonds erweitert und zwei eigens für uns aufgelegte „Arlberg Bonuszertifikate“ platziert. Diese Nachhaltigkeitsfonds stehen nun allen regionalen Raiffeisenbanken zur Verfügung.

Als großen Erfolg unserer Entschlossenheit und Durchsetzungskraft österreichweit werten wir die neu lancierte individuelle und nachhaltige Vermögensverwaltung von Raiffeisen. Das aktive Management wird von Nachhaltigkeitsexperten nach strengen Richtlinien praktiziert. Dieser Service steht nun allen Kunden der österreichischen Raiffeisenbanken zur Verfügung.

Die Raiffeisenbank Lech hat eine Nachhaltigkeits-Matrix für die Kundenbetreuer erstellt. Konkret handelt es sich um eine Liste von Produkten, die den strengen Nachhaltigkeitskriterien entsprechen. Die gesamte Palette von Produktarten (Investmentfonds, Etf's/börsengehandelter Fonds, Zertifikate und Aktien) mit allen Branchen und Regionen wird abgedeckt. Die Auswahl der Aktien wurde überwiegend auf Basis von „Oekom Research³“ erstellt.

Das Volumen nachhaltiger Veranlagungen beläuft sich 2018 auf ca. € 18,6 Mio. und beinhaltet auch die zwei Arlberg Bonuszertifikate mit einem Volumen von EUR 7,50 Mio. Dies entspricht 11% von unserem Wertpapiervolumen und einer Steigerung gegenüber 2016 (EUR 6,7 Mio.) von 178%.

Bei Neukunden ist ein klares Beratungskonzept vorhanden. Im Fokus steht die Bewusstseinsbildung. Nachhaltige Produkte werden aktiv angeboten und sind fixer Bestandteil in jedem Angebot.

| Produktgruppe | Stichtag 31.12.2018 | Prozent |
|-----------------|---------------------|-------------|
| Sparen | 2.639 | 27 % |
| Zahlungsverkehr | 3.837 | 39 % |
| Bausparen | 552 | 6 % |
| Versicherung | 738 | 8 % |
| Finanzieren | 951 | 10 % |
| Veranlagen | 1.016 | 10 % |
| Gesamt | 9.733 | 100% |

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

Im Bereich unserer Produkte liegt die Effizienz und Konsistenz durchwegs auf demselben Niveau unserer Mitbewerber. Hervorzuheben ist die Raiffeisen Klimaschutz-Initiative⁴. Dies ist eine Plattform der Raiffeisen-Unternehmen rund um die Themen nachhaltige Finanzprodukte, Klimaschutz, erneuerbare Energien, unternehmensinterne Maßnahmen, Verkehr und Treibstoff sowie Bauen und Wohnen. Bewusstseinsbildung steht im Vordergrund.

Die Raiffeisenbank Lech hat für die Energiemodellregion spezielle Kreditaktionen für umweltrelevante Investitionen ausgearbeitet und diese Produkte ökologisch gestaltet. Hier gilt es diesen Weg kontinuierlich fortzuführen.

Breiter ist unsere Erfahrung bei den Dienstleistungen. Im Projekt „Klima- und Energiemodellregion (KEM) Lech Warth⁵“ sind wir aktiv tätig, fördern dieses finanziell und stellen unser Netzwerk zur Verfügung. Ein Vielzahl an Energieeffizienzmaßnahmen aus den Bereichen Strom, Wärme, Mobilität und Bewusstseinsbildung wurden mit Vorbildcharakter in der Region umgesetzt. Bei Neu- und Umbauten, weisen wir unsere Kunden aktiv auf die Möglichkeit einer Energieberatung hin. So nutzen wir unsere Kundenkontakte, um die ökologischen Möglichkeiten darzulegen und um gleichzeitig auch das Potenzial für verschiedenste Förderungen aufzuzeigen, die eine ökologischere Bauweise noch attraktiver machen.

Hier noch ein paar konkrete Fakten zu unserem Heimatort Lech:

- eigener Energiemanager steht zur Verfügung (Helmut Burtscher)
- unzählige Beratungen vor Ort -> meistens auf Initiative und in Begleitung mit unserem hauseigenen Förderspezialist Ing. Hubertus Walch
- konkrete Umsetzung mit vielen ausgetauschten Umwälzpumpen
- Umstellung auf LED-Lampen
- Umstellung auf Klima-Cent⁶
- 2 Elektrofahrzeuge im Fuhrpark der Raiffeisenbank Lech: 1 Landrad/E-Bike und 1 Segway
- Anschaffung von 4 E-Autos durch Mitarbeiter
- aktive Bewusstseinsbildung der Schüler von Lech
- Ausgabestelle für den „AquaClic“ (=Wassersparsieb) als kleinen aber effektiven Beitrag des Wassersparens

Die Raiffeisenbank Lech ist als Förderspezialist positioniert. Unser Fachmann im Haus verfügt über einen sehr hohen Ausbildungsstand. Die Raiffeisenbank setzt dabei die gesetzlichen Förderrichtlinien bei der Kreditvergabe um. So werden beispielsweise Neubauten nur unter Einhaltung klarer ökologischer Vorgaben gefördert (diese beinhalten Grenzwerte für den Heizwärmebedarf, für den Primärenergiebedarf und für die CO₂ Emissionen).

Berichtsfragen

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

In den beiden Betreuungskonzepten wurde eine klare strategische Ausrichtung zum Thema nachhaltige Geldanlage, sowie in die Förderung ökologischer Verbesserungen definiert. Diese Schwerpunkte sind fixe Bestandteile in jeder Kundenberatung und in jedem Offert. Somit forcieren wir die Bewusstseinsbildung können zusätzlich das Volumen an nachhaltigen Produkten erhöhen.

Hausintern haben wir eine eigene Beratungshilfe (Anhang D3.1) erstellt. Die Betreuer wählen aus einer Matrix bzw. aus jeder Asset - Klasse nachhaltige Produkte aus. Diese Unterlage ist MIFID II – konform und wird laufend angepasst.

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

Die globale Wirkung und der Einfluss einer nachhaltigen Geldanlage ist und bekannt:

- 60 % weniger CO₂ Emissionen
- 20 % weniger Arbeitsunfälle
- 80 % weniger Abfälle
- 60 % weniger Wasserverbrauch

Mit verantwortungsvollen und zukunftsorientierten Investitionen in Bezug auf die Geldanlage kann eine hohe Wirkung erzielt werden. Je höher das Volumen nachhaltiger Investments, desto wirkungsvoller.

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

siehe oben

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

siehe oben

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

Im unserem Unternehmen haben wir generelle Ausschlusskriterien definiert, die bei allen Veranlagungs- und Kreditgeschäften gelten. Es sind dies Geschäfte mit Waffen und Atomenergie.

In den vergangenen Jahren wurden Umschichtungen aus der ehemaligen staatlich geförderten Pensionsvorsorge kostenfrei (ohne Ausgabeaufschlag) in einen nachhaltigen Investmentfonds vorgenommen. Diese Unterstützung gilt exklusiv für nachhaltige Produkte und wird auch in Zukunft so gehandhabt.

Im Kreditgeschäft möchten wir den „Ausverkauf der Heimat“ keinesfalls unterstützen. Solche Objekte oder auch Projekte werden genauestens geprüft und gegebenenfalls abgelehnt.

Bei Krediten zur energieeffizienten Wohnraumbeschaffung vergeben wir einen Konditionenbonus in Form eines geringeren Aufschlages zum anerkannten Indikator.

Im Finanzierungsbereich wurden Förderungen für ökologische Maßnahmen (Solar, Photovoltaik, Biomasse, etc.) kostenlos beraten und abgewickelt.

Förderansuchen inkl. Volumina, welche wir für unseren Kunden im Jahr 2017 und 2018 abgewickelt haben:

Jahr 2017: Vier Anträge mit einem Volumen von EUR 6.200,000,00 wurden durch günstige Konditionen durch die ÖHT (Österreichische Hotel- und Tourismusbank GesmbH) finanziert.

Drei Anträge mit einem Volumen von EUR 5.754.764,11 erhielten eine Zinsstütze durch die Europäische Investitionsbank (RLB).

Jahr 2018: Fünf Anträge mit einem Volumen von EUR 7.040,000,00 wurden durch günstige Konditionen durch die ÖHT (Österreichische Hotel- und Tourismusbank GesmbH) finanziert.

Zwei Anträge mit einem Volumen von EUR 974.000,00 wurden durch günstige Konditionen durch den Exportfonds-Rahmenkredit (RLB) finanziert.

- Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?
 - nachhaltige Geldanlage in allen Asset – Klassen laut Beratungshilfe
 - Förderung und Finanzierung ökologischer Baumaßnahmen

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

Das Thema Nachhaltigkeit ist in unserem Unternehmen bei jedem Betreuungsgespräch und bei jedem Offert als fixer Bestandteil verankert. Nur durch gezielte Kommunikation kann effiziente Bewusstseinsbildung erzielt werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Negativ-Aspekt D3.3 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?

Keine

- 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?

Keine

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Unsere Mitglieder sind Eigentümer der Genossenschaft und haben die Möglichkeit im Rahmen der Generalversammlung mitzubestimmen.

Gerne nehmen wir auch die Kundenwünsche und Anregungen über Produktentwicklungen auf und versuchen diese umzusetzen. Beispielsweise haben wir schon individuell auf die Kundenbedürfnisse abgestimmte Bonuszertifikate aufgelegt und diese ohne Ausgabeaufschlag an unsere Kunden weitergegeben.

Grundsätzlich sind die Raiffeisenlandesbank Vorarlberg und die Raiffeisen Centrobank bzw. die Raiffeisen Capital Management in Wien für unsere Produktentwicklung zuständig. Wir bringen unsere Erfahrungen und unser Know-how aktiv in diese Prozesse ein. Es liegt in unserer Verantwortung das Thema Nachhaltigkeit vermehrt in unserem Sektor und unsere Produkte zu etablieren.

Mit der MIFID II² Einführung mit Jänner 2018 wird dem Kunden verpflichtend zu jedem Produkt ein Preisblatt ausgehändigt. Die Ausgabe wird dokumentiert. Bei jeder Beratung wird ein Protokoll erstellt, welches dem Kunden ausgehändigt wird. Dadurch erreichen wir eine größt mögliche Transparenz.

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

Berichtsfragen

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

Durch die Zeichnung eines Genossenschaftsanteils erlangen Mitglieder ein Mitspracherecht durch die Generalversammlung. Vor allem geht es um die Wahl des Aufsichtsrates, welcher den Vorstand bestimmt.

Mitspracherechte bzw. Mitsprachemöglichkeiten seitens des Kunden sind bei uns bei jedem Betreuungsgespräch obligatorisch. Hier einige Beispiele:

- Mitspracherecht für die Wahl der Risikostrategie
 - Mitspracherecht bei individuellen Vermögensverwaltungen
 - Produktgestaltung:
 - ab EUR 500.000 – individuelle Aktienquoten
 - ab EUR 1.000.000 – volle Mitspracherechte: Aktienquoten, Märkte, Länder, Regionen, Währungen,
 - Mitspracherecht bei individuellen Emissionen von Zertifikaten
 - Produktgestaltung:
 - ab EUR 700.000 – vollkommen individuell auf den Kunden abgestimmt (Einzelkunde möglich)
 - Arlberg Bonuszertifikate
 - Zeichnungen 2018 EUR 7,5 Mio.
 - Mitspracherecht bei der Laufzeit von Krediten
 - Mitspracherecht bei den Rückzahlungsvereinbarungen
-
- Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?
 - ja - Nachhaltigkeitsprodukte
 - Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?
 - derzeit keine Marktforschung bekannt
 - Kunden werden direkt angesprochen
 - regelmäßige Kundenbefragungen (zB. ELBA)
 - optimale Produktpassung an den Markt

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind.
 - EUR 8 Mio. bei Zertifikaten
 - ca. EUR 10 Mio. bei individuellen Vermögensverwaltungen
- Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Auflage von zwei Arlberg Bonuszertifikaten mit einem Volumen von EUR 7,5 Mio.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D4.2 Produkttransparenz

Berichtsfragen

- Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?

Aufgrund der gesetzlichen Vorgaben (MIFID II² und HIKrG⁷) ist eine völlige Transparenz vorhanden. Das beinhaltet:

- verschiedene Szenario Darstellungen
- umfangreiche Produktinformation
- umfangreiche Kostenoffenlegung
 - konkret
 - anhand von Beispielen
- Aushändigung eines Basisinformationsblattes
 - Art des Produktes
 - Chancen/Risiken des Produktes
- Übergabe eines Beratungsprotokolls
 - Datum und Ort
 - Anlass
 - Teilnehmer
 - Beschreibung der gegenständlichen Beratung
 - Portfolioabgleich vor der Beratung
 - Empfehlungen und Analysen
 - Dokumentation / Gründe
 - Portfolioabgleich nach der Beratung
 - Dokumentation von Abweichungen
- völlige Transparenz nach HIKrG⁷ – Grundlagen (Hypothekar und Immobilien Gesetz)

- Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?

Bei den Nachhaltigkeitsfonds gibt es ein klares und nachvollziehbares Scoring (ESG und Finanzbewertung), die Basis, nach welcher Entscheidungsgrundlage die jeweiligen Produkte aufgenommen wurden.

- Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?

Es herrscht eine volle und transparente Kostenoffenlegung im Veranlagungs- sowie im Finanzierungsgeschäft:

- Dienstleistungskosten
 - Einstiegs- oder Kaufkosten
 - laufende Kosten
 - Ausstiegs- oder Verkaufskosten
- Produktkosten
 - Einstiegs- oder Kaufkosten
 - laufende Kosten
 - Ausstiegs- oder Verkaufskosten
- Gesamtkosten
 - Einstiegs- oder Kaufkosten
 - laufende Kosten
 - Ausstiegs- oder Verkaufskosten
- erhaltene Zuwendungen
 - Einstiegs- oder Kaufkosten
 - laufende Kosten
 - Ausstiegs- oder Verkaufskosten

- Kosten aus Fremdwährung
 - Einstiegs- oder Kaufkosten
 - laufende Kosten
 - Ausstiegs- oder Verkaufskosten

- 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)?
nicht messbar

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes).
100 %
- Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes).
100 %
- Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen.
100 % - wird jeweils im Detail ausgewiesen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfragen

- Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?
Nein
- Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?
Nein

Verpflichtende Indikatoren

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

0,00 %

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

Glossar:

ESG-Scoring¹: Das ESG-Scoring prüft Aktien nach den drei Kriterien: Umweltfaktoren, sozialen Faktoren und nach Governance bzw. den Aufsichtsstrukturen.

MIFID II²: Wertpapierdienstleistungsrichtlinie; Abk. für Markets in Financial Instruments Directive. Die Richtlinie will den Wettbewerb stärken und die Integration des europäischen Finanzmarktes durch Harmonisierung des Regelwerks vorantreiben.

Daneben hat sie zum Ziel, den Anlegerschutz bei der Inanspruchnahme von Wertpapierhäusern, insbesondere bei der Anlageberatung zu verbessern, unabhängig davon, in welchem Mitgliedsstaat dieses Wertpapierhaus seinen Sitz hat.

Oekom Research³: <http://www.nachhaltig-investieren.org/oekom-research-ag.php>

Raiffeisen Klimaschutz-Initiative⁴: <https://raiffeisen-klimaschutz.at>

Klima- und Energiemodellregion⁵: <https://www.klimaundenergiemodellregionen.at>

Klima-Cent⁶: <http://www.klimacent.at>

HIKrG⁷: Das Hypothekar- und Immobilienkreditgesetz (HIKrG) trat mit 21.03.2016 in Umsetzung der europäischen

Wohnimmobilienkreditrichtlinie in Österreich in Kraft. Das HIKrG betrifft Immobilien- bzw. Hypothekarkredite, die von Verbrauchern bzw. Konsumenten mit Kreditinstituten abgeschlossen werden. Unter Verbrauchern sind insbesondere natürliche Personen zu verstehen, die im Sinne des Konsumentenschutzgesetzes Rechtsgeschäfte abschließen, die weder einer selbständigen noch einer gewerblichen Tätigkeit zugeordnet werden können.

Anhang: D2.1 | Arlberg Bonuszertifikat

Anhang: D2.1 | Arlberg Bonuszertifikat 3

Anhang: D3.1 | Interne Beratungshilfe

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Kludia Fischer , Günter Smodic, Juliane Mathis, Nikolaus Schwaighofer, Anna-Maria Strolz

Im Jahr 1900 wurde die Raiffeisenbank Lech am Arlberg 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 Werte und Haltungen (in unserem Leitbild¹ verankert) sind Ausdruck dieser tragenden, lebendigen und zukunftsfähigen Ausrichtung. Wir sind ein „Allfinanzinstitut“, das seinen Kundinnen und Kunden ein umfassendes Dienstleistungsangebot bietet. Unsere Finanzierungs- und Anlagestrategien sind individuell für den Kunden entwickelt und nicht von der Stange. Wir sind neben den gruppeneigenen Raiffeisenleistungen offen für alle hochqualitativen Produkte anderer Anbieter, empfehlen vollkommen unabhängig und entscheiden frei von Provisionsüberlegungen im Sinne der Bedürfnisse unserer Kunden. Wir nehmen uns Zeit für all unsere Kundinnen und Kunden und behandeln alle gleich. Egal ob Groß- oder Kleinbetrieb, Privat- oder Geschäftskunde. Wir verstehen uns als Partner fürs Investieren und nicht fürs Spekulieren. Wir helfen auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten und in Krisen. Eine nachhaltige Entwicklung unseres Lebensraumes ist unser oberstes Ziel.

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

Das Kerngeschäft der Raiffeisenbanken ist das Annehmen und Verleihen von Geld, Abwicklung des Zahlungsverkehrs, Veranlagung in Wertpapieren und die Zukunftsvorsorge.

Unser oberstes Ziel ist nach wie vor die Unabhängigkeit (eigenständige Bank). Alle Aufgaben werden vor Ort abgedeckt, nur in Ausnahmefällen werden Tätigkeiten ausgelagert. Somit erhalten wir Arbeitsplätze und die Kaufkraft bleibt im Ort.

Das Produktportfolio der Raiffeisenbank unterteilen wir in folgende Bedürfnisse: Produktliste Anhang E1.1

| Grundbedürfnisse | Luxusbedürfnisse- | Serviceleistungen |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Girokonto (Gehalt/Privat/Pension) • Jugend- und Studentenkonto • Basiskonto • Girogeschäftskonto • Sparbuch/Sparkonto • Termineinlage • Veranlagung in Anleihen/Investmentfonds • Pensionsvorsorge • Bausparen • Wohnungsfinanzierung • Investitions-, Sanierungskredite/KFZ-Leasing • Bankomat- und Kreditkarte • Valuten An- und Verkauf • Fremdwährungskonten | <ul style="list-style-type: none"> • Termineinlage • Veranlagung in Anleihen/Aktien/Investmentfonds • Vermögensverwaltung • Wertpapierdepot • Immobilien als Wertanlage • Luxusinvestitionen • Finanzierung Penthouse-Wohnung • Luxus-KFZ-Leasing • Pool.... • Edelmetall-Konten • Edelmetall-Münzen | <ul style="list-style-type: none"> • ELBA/Internetbanking • Diskretschalter • Geldabholung beim Kunden (Geldbotendienst) • Bankservicekarten/Bankomat • Tag- und Nachttresor • Bankschließfach • Münzrollenausgeber • Münzgeldzähler • Indoor Ein- und Auszähler bis EUR 14.999,00 • ZVT Terminal = Kontoauszugsdrucker/Überweisungsautomat • Morgenpost • Inside App für Lech/Zürs/Warth, • Lechgutschein • Homepage Raiffeisenbank Lech • Homepage PrivateBanking, • Homepage Lechgutschein |

Durch unser Engagement im Geschäftsfeld „Initiative Lebensraum Lech“ erfüllen wir von den neun Kriterien sieben: Gesundheit/Wohlbefinden, Schutz/Sicherheit, Teilnehmen/Geborgenheit, Muße/Erholung, kreatives Schaffen, Identität/Sinn, Freiheit/Autonomie.

Die Ansprüche auf persönliches Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit werden durch unser Engagement in der „Initiative Lebensraum Lech“ erfüllt. Wir leisten damit einen Beitrag zur Gesundheit, Bildung und zu einer Kultur vom ICH zum WIR.

Eine unserer Stärken ist die intensive Auseinandersetzung und Abwicklung von Fördermitteln zur Realisierung von Finanzierungen in Bereichen wie: Wärmedämmung (Fassadenrenovierung, Fensteraustausch...), erneuerbare Energie (Photovoltaik, Solar), E-Mobilität, Umstellung Biomasse... Dies trägt zu einer Minderung gesellschaftlicher bzw. ökologischer Probleme bei.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

- Erfüllte Bedürfnisse:
 - Grundbedürfnisse (... %)
 - Statussymbole bzw. Luxus (... %)
- Dient der Entwicklung ...
 - der Menschen (... %)
 - der Erde/Biosphäre (... %)
- Löst gesellschaftliche oder ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen (... %)
- Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:
 - Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen (... %)
 - Hemmender bzw. Pseudo-Nutzen (... %)
 - Negativ-Nutzen (... %)

| Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes: | Prozent |
|--|---------|
| erfüllte Bedürfnisse | |
| ➤ Grundbedürfnisse | 75% |
| ➤ Statussymbole bzw. Luxus | 25% |
| dient der Entwicklung | |
| ➤ der Menschen | 70% |
| ➤ der Erde/Biosphäre | 30% |
| Löst soziale oder ökologische Probleme der UN-Entwicklungszielen | 30% |
| Nutzen der Produkte/Dienstleistungen | |
| ➤ Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen | 90% |
| ➤ Hemmender bzw. Pseudo-Nutzen | 10% |
| ➤ Negativnutzen | 0% |

Anhang E1.1 – Geschäftsentwicklung 2017 und 2018.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Ein grundsätzlicher Nutzen einer Bank ist die Einlage von Geld, um es zu einem späteren Zeitpunkt wieder abzurufen. Diese Grundfunktion bietet Sicherheit. Auch die Möglichkeit, Geld auszuleihen, um ein Projekt zu realisieren, sehen wir grundsätzlich als sehr positiv. Mittlerweile können viele dieser Serviceleistungen rund um die Uhr beansprucht werden, da Geld zur Befriedigung unterschiedlicher Bedürfnisse oder Wünsche dem Kunden jederzeit zur Verfügung stehen soll. Als heimische Bank sehen wir unsere Verantwortung aber auch sehr stark im gesellschaftlichen Bereich. Aus diesem Grund setzen wir uns jetzt schon seit über zwölf Jahren ganz intensiv mit dem Lebensraum Lech auseinander. Durch unsere Aktivitäten im Rahmen der „Initiative Lebensraum Lech“ versuchen wir alle Interessengruppen in unserem Lebensraum anzusprechen. (Einheimische und Mitarbeiter).

Wir agieren als Vorbild und Ideengeber. Wir sind mitverantwortlich für einen lebenswerten Lebensraum und gestalten diesen aktiv mit. Ein sorgsamer Umgang mit Ressourcen ist für uns selbstverständlich. Durch unser Förderwesen haben wir auch die Möglichkeiten in vielen Bereichen wie Energieeffizienz, erneuerbarer Energie, E-Mobilität und vielen mehr Akzente zu setzen.

Verpflichtende Indikatoren

- **Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr**
2017 – 17 Aktivitäten im Kunst-, Kultur-, Kreativ- und Tourismusbereich
2018 – 16 Aktivitäten im Kunst-, Kultur-, Kreativ- und Tourismusbereich
- **Anzahl der erreichten Menschen**
Darstellung der erreichten Besucher:
2017 haben 900 Personen an den Veranstaltungen teilgenommen.
2018 haben 1112 Personen an den Veranstaltungen teilgenommen.
Die erreichten Leser sind nicht erfassbar.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Siehe Aktivitäten

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen = nicht relevant

- Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?
- Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

Verpflichtende Indikatoren

- Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen
keine
- Kund*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben
keine

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Das Ziel der Tätigkeiten für das Gemeinwesen in unserem Projekt „Initiative Lebensraum Lech“ ist es einen Teil unserer Einkünfte wieder in den Lebensraum zurückzubringen. Unser Eigeninteresse liegt einzig und alleine darin, Verantwortung zu zeigen und als Vorbilder zu wirken. Für uns als Bank gibt es dabei keinen Zusatznutzen, sondern einen gesellschaftlichen Effekt eines gelingenden Miteinanders.

Unsere Mitarbeiterin Klaudia Fischer kümmert sich zu 100% um die „Initiative Lebensraum Lech“. Diese erledigt auch die Gesamtkoordination mit dem Marketing, dem Vorstand und den Stabstellen. Klaudia erstellt das Konzept und einen Budgetvorschlag. Der Vorstand entscheidet dann über die Mittelvergabe.

Das aktive und nicht profitorientierte Engagement der Raiffeisenbank Lech für das Gemeinwesen kann in mehrere Bereiche aufgeteilt werden:

- Initiative Lebensraum Lech
- Lechclub
- Tourismus Impulse
- Gemeinwohl
- Unterstützung der Vereine und Rettungsorganisationen
- Erhaltung der Leistungsfähigkeit, Unterstützung nach Katastrophen, Unfällen oder Krankheiten

Initiative Lebensraum Lech

Um das Thema entsprechend zu gewichten, wird die „Initiative Lebensraum Lech“ als ein eigenes Geschäftsfeld geführt. Es beschäftigt sich ausschließlich mit dem Lebensraum Lech und den Menschen, die in diesem Lebensraum leben. Hier werden initiativ Projekte realisiert und viele Aktivitäten für die Lecher Bevölkerung, abseits der touristischen Aktivitäten angeboten wie beispielsweise der Libellensee, Seniorennachmittag, Herbstfest, Kabarett, Laufschule, Kräuternachmittage, Landart-Sommerworkshop für die Lecher Jugend usw. Für dieses Geschäftsfeld stellte die Raiffeisenbank Lech 2018 wiederum sowohl finanzielle Mittel als auch eine Mitarbeiterin zur Verfügung (rund EUR 150.000,00).

Im Jahr 2018 blicken wir mit Stolz auf zwölf sehr erfolgreiche Jahre im Rahmen der Initiative Lebensraum Lech zurück. Dieses besondere Jubiläum, „ein volles Dutzend“, wurde Ende August mit einem tollen 3-tägigen Rahmenprogramm gefeiert. Das eigens dafür aufgelegte Lebensraum Magazin gibt einen schönen Überblick über all unsere Aktivitäten und Initiativen in den vergangenen 12 Jahren.

Lechclub

Hier handelt es sich um den Jugendclub der Raiffeisenbank. Der „Lechclub“ organisiert diverse Veranstaltung (Malwettbewerb, Verkehrserziehung für die Kindergärtler, Sumsi Tage, Finanzführerschein mit der „Neuen Mittelschule Lech“) für Kinder und Jugendliche. Die Kosten hierfür belaufen sich jährlich auf ca. EUR 10.000,00. Sommerprogramm mit Tanzschule, KreativWorkshops, div. Ausflüge, usw.

Tourismus Impulse

Die Tourismus Impulse sind eine Veranstaltungsreihe der Raiffeisenbank Lech im Rahmen der „Initiative Lebensraum Lech“. Ziel ist es, den heimischen Betrieben und seinen Mitarbeitern aktuelle Trends aufzuzeigen, Wissen zu vermitteln, neue Sichtweisen zu schaffen und Impulse für eine nachhaltige touristische wie persönliche Entwicklung zu setzen.

Dazu laden wir mit Unterstützung der Lech Zürs Tourismus GmbH hochkarätige Referenten aus den verschiedensten Bereichen ein. Die Themen der vergangenen Jahre waren: Die neue EU-Datenschutz-Grundverordnung (2018), Das Geheimnis der Kundenbegeisterung (2017), Winter ohne Schnee – Lösungsansätze (2017), Hotelbewertungen richtig nutzen (2016), Nachhaltigkeit im Tourismus (2016), Mehr Erfolg in der Hotellerie/Die richtige Preispolitik (2014), Nachfolge in Familienunternehmen (2013), Personalrecruiting und Mitarbeiterführung im Tourismus (2013), Bergsommer mit Zukunft (2012), Service am Gast (2012), Facebook & Co. für Hotellerie und Tourismus (2011), Kommunikation mit dem Gast (2011).

Gemeinwohlökonomie

Die Mitarbeiter sind das Herzstück unseres Gemeinwohl Tuns. Seit Erstellung unserer ersten Gemeinwohlbilanz 2012 sind auch dieses Mal mehr oder weniger alle Mitarbeiter, mit unterschiedlicher Intensität, in den Prozess eingebunden. Wesentlich für uns ist nach wie vor die spürbare Verbundenheit unserer Mitarbeiter an den Inhalten der Gemeinwohl-Ökonomie und die bewusste Bereitschaft, aktiv zur Weiterentwicklung beizutragen.

Seit 2015 liegt die Bilanzerstellung und Weiterentwicklung der Gemeinwohlökonomie in den Händen von Klaudia Fischer. Gerüstet mit dem nötigen Know-how durch die Teilnahme an Workshops und diversen Veranstaltungen und dem Erfahrungsaustausch mit anderen GWÖ-Unternehmen versuchen wir die einzelnen Aspekte umzusetzen.

Bei der Aufarbeitung der einzelnen Aspekte setzen wir den bisher eingeschlagenen Weg fort. Seit der Bilanzerstellung im Jahr 2012 hat sich gezeigt, dass die vielen kleinen Veränderungen Großes bewirken können. Nachhaltiges Wirtschaften ist nicht nur der Umwelt und Gesellschaft von Nutzen, sondern auch dem Unternehmen und seinen Mitarbeitern. Motiviert und engagiert haben sich die Mitarbeiter mit den Nachhaltigkeitszielen der Gemeinwohlbilanz auseinandergesetzt. Viele Aspekte konnten verbessert werden. In dem einen oder anderen müssen wir zur Kenntnis nehmen dass unsere Rechtsform und die gesetzlichen Rahmenbedingungen klare Grenzen setzen. Dennoch ist einiges an Potenzial vorhanden und wie aus dem Bericht ersichtlich, konnten wieder einige der Handlungsempfehlungen umgesetzt werden.

Mit der Matrix 5.0. gibt es wieder eine Weiterentwicklung. Die Werte Solidarität und soziale Gerechtigkeit wurden zu einem Wert zusammengefasst. Nun werden alle Berührungsgruppen, allen Werten gegenübergestellt. So ist für uns bei dieser Bilanzierung zu berücksichtigen, dass einzelne Aspekte zu anderen Themen verschoben und neue Aspekte hinzugefügt wurden, dadurch entsteht mehr Klarheit und logische Konsistenz. Jedoch kein Thema oder Aspekt ist verschwunden. Aus 16 wurden 20! Eine Vergleichbarkeit mit den früheren Berichten ist jedoch leider nicht mehr möglich.

Ehrenamt und soziale Verantwortung

Jedes Jahr übernimmt die Raiffeisenbank Lech die Versicherungspatenschaft für die Bergrettung Lech und Warth, für das Rote Kreuz Lech und die Feuerwehren Lech, Zürs und Warth. Damit sind alle, die ehrenamtlich unterwegs sind, auf dem Weg zum Einsatz und während des Einsatzes durch eine Gruppen-Unfallversicherung abgesichert.

Im November 2017 wurde die Raiffeisenbank Lech als feuerwehreffreundliche Arbeitgeber in Vorarlberg ausgezeichnet. Die Raiffeisenbank Lech erhielt die Auszeichnung in der Kategorie Mittelbetriebe, über die wir uns sehr gefreut haben.

Mitarbeiter, die in Rettungsorganisationen tätig sind, werden während der Arbeitszeit für Einsätze freigestellt. Die Einsatzzeit 2018 belief sich auf ca. 798 Stunden in der Freizeit. Mitarbeiter, welche in Vereinen tätig sind, dürfen div. Tätigkeiten (Kassier, usw.) während ihrer Arbeitszeit verrichten. 2018 waren das ca. 104 Stunden.

Raiffeisenbank Lech als familienfreundlicher Betrieb ausgezeichnet

Die Raiffeisenbank Lech wurde in der Kategorie Mittelbetriebe zum „familienfreundlichen Betrieb“, prämiert. Von Verbesserungen bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf profitieren Beschäftigte und Unternehmen gleichermaßen. Flexible Arbeitszeitmodelle, Maßnahmen rund um die Karenz und den Wiedereinstieg, besondere Väterförderung, familienfördernde Serviceleistungen und der sprachliche Umgang mit dem Thema – hinter den Zertifikaten stehen eine Fülle vorbildlicher Aktivitäten. „Als gemeinwohlabanzierendes Unternehmen ist uns die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ein besonderes Anliegen. Mit unseren flexiblen Arbeitszeitmodellen gelingt es unseren Mitarbeiter/-innen Beruf und Familienleben in Einklang zu bringen.

Immobilie Café Stubenbach

Die Raiffeisenbank Lech verfügt über einen Gastronomiebetrieb in ihrer Wohnanlage in Stubenbach. Dieser wurde von der Raiffeisenbank 2015 den Stubenbacherinnen und Stubenbachern als Gastronomiebetrieb für 10 Jahre pachtfrei zur Verfügung gestellt. Es wurde die „Interessentengemeinschaft Stubenbach eGen“ (ein Genossenschaftsmodell) gegründet. Diese hat eine gute Betreiberlösung unter Berücksichtigung folgender Aspekte gefunden:

- Das Lokal muss als Ganzjahresbetrieb geführt werden und so zu einem Treffpunkt für Einheimische, Mitarbeiter, Vereine und Gästen werden
- Es müssen regionale, saisonale und preiswerte Gerichte angeboten werden
- Ein attraktives Rahmenprogramm soll zur Belebung beitragen
- Die Bank möchte jungen Einheimischen oder langjährigen Mitarbeitern die Chance bieten zu sehr günstigen Konditionen das Lokal zu führen und ihre Ideen umzusetzen

Der Gastronomiebetrieb wird von einem einheimischen Betreiberpaar im Sinne der Interessensgemeinschaft geführt. Das Restaurant „Zit lo“ trägt zur Infrastrukturverbesserung vom Ortsteil Stubenbach bei und wird von der einheimischen Bevölkerung wie auch von den Gästen gut angenommen.

Projekte mit den Lecher Schulen

Wir arbeiten eng mit den Lecher Bildungseinrichtungen (Kindergarten, Volks- und Mittelschule) zusammen. Im Zuge der Umstellung auf die Mittelschule Lech unterstützen wir diese bei ihren neuen Modulfächern in Form von Know-how, mit unserem Netzwerk aber auch finanziell. Gestartet wurde im Jahr 2015 mit dem Modulfach Theater. Dank unserer guten Kontakte zu der Theaterpädagogin Brigitte Walk und unserem finanziellen Beitrag konnte dieses Projekt erfolgreich umgesetzt werden.

Neuer Bildungsschwerpunkt – „einfach gesund“ der Lecher Bildungseinrichtungen: Dieser Bildungsschwerpunkt ist in der Volksschule wie auch in der Mittelschule von der ersten bis zur vierten Schulstufe aufbauend ein fixer Unterrichtsbestandteil. Auch der Kindergarten ist in einzelnen Bereichen integriert. Wir sind ein wichtiger Partner im Sinne von aktiver Mitarbeit durch Klaudia Fischer im Rahmen der „Initiative Lebensraum Lech“ und natürlich unterstützen wir dieses Projekt auch finanziell. Mit diesem neuen Schulschwerpunkt gewinnt die Lecher Schule an Attraktivität und somit kann dem jetzigen Trend der Schülerabwanderung in andere Schulen entgegengewirkt werden.

Der Bildungsschwerpunkt „einfach gesund“ hat sich gut in den Schulalltag eingefügt. Im Kindergarten ist „die gesunde Jause“ nun auch fix in den Kindergartenalltag integriert.

Im Rahmen der Modulfächer der „neuen Mittelschule Lech“ wurde im abgelaufenen Jahr von den Schülern wieder der Schulgarten bepflanzt und um zwei Hochbeete erweitert. Für die richtige Lagerung und Kühlung der gesunden Jause hat die Raiffeisenbank Lech ein weiteres Kühlgerät zur Verfügung gestellt.

Lecher Gemeinschaftsgarten/Permatop Lech

Im Frühjahr 2015 wurde der Grundstein für den Gemeinschaftsgarten gelegt. Im Rahmen der „Initiative Lebensraum Lech“ haben wir uns auf dieses Projekt eingelassen. Bereits zur ersten Infoveranstaltung kamen zahlreiche interessierte Gartenfreunde. Daraus entstand eine Kerngruppe die sich intensiv mit der Idee und ihren Möglichkeiten auseinander setzt. Mit dem Verein „Permatop Vorarlberg“ wurde ein Partner gefunden, der mit Rat und Tat das Projekt begleitete. In weiterer Folge wurde der Verein „Permatop Lech“ gegründet. Der Verein wächst stetig und mit Stand 2018 haben wir bereits 20 Mitglieder.

Im Lecher Gemeinschaftsgarten wächst weit mehr als nur selbstherangezogenes Gemüse, hier spielt nicht nur das Gärtnern eine Rolle, sondern auch das gemeinsame Arbeiten, die Möglichkeit der Mitgestaltung und der Partizipation innerhalb der Gemeinschaft, die Entwicklung eines gemeinschaftlichen Sinns im gemeinsamen Tun und letztlich das kommunikative Zusammensein im Garten.

Der Grüne Ring | Eine Wanderung voller Geheimnisse und Fabelwesen

Auf dieser dreitägigen Etappen-Wanderung über Bergkämme, durch Talsenken vorbei an Bergseen und Flüssen mit Wasserfällen, die sich rund um Lech/Zürs erheben und verbergen, können sich die Wanderer auf eine mit viel Witz und Charme inszenierte moderne Sagenwelt einlassen die Natur genießen und sich von außergewöhnlichen Installationen ebenso bezaubern lassen, wie von den Geschichten die eigens dafür entstanden sind. Dabei kommen Fabelwesen und Sagen wie auch Flurnamen und geografische Besonderheiten zu einem modernen und humorvollen Auftritt.

Mit unserer Unterstützung konnte der „Grüne Ring“, ein Projekt der Lech Zürs Tourismus, erfolgreich umgesetzt werden. Hier waren wir maßgeblich bei der Projekterstellung und Umsetzung beteiligt. Nicht nur

durch finanzielle Unterstützung und konzeptionelles Wissen, sondern auch durch viel persönliches Engagement und durch die aktive Mitarbeit bei der Umsetzung der einzelnen Installationen in der Dienst- wie auch in der Freizeit von zwei Mitarbeitern. Mehr zum Projekt „Grünen Ring“ erfahren Sie unter www.dergruenering.at. Im Berichtszeitraum wurde der Grüne Ring um das TÜR Projekt erweitert. Die Raiffeisenbank Lech hat eine TÜRE mit der Lecher Jugend umgesetzt – <http://www.lech-heim.at/>. Mehr zum Projekt „TÜRE“ <https://www.lechzuers.com/sommer/der-gruene-ring/projekt-tuere>.

Partnerschaften und Kooperationen. Miteinander für mehr Füreinander.

Die Raiffeisenbank Lech stellt sich seit Jahren der Herausforderung, ein Unternehmen zu sein das als Gemeinschaft vorbildlich in seinem Umfeld wirkt. Unter dem Dach „Initiative Lebensraum Lech“ sind CSR²-Initiativen zu unterschiedlichen Themen wie Familie oder Naturschutz, Kultur und Sport vereint.

Mit dem Ski-Club Arlberg, einem unserer Traditionsvereine, verbindet uns seit Jahren eine enge Partnerschaft. In der Wintersaison stellen wir für den Ski-Club Arlberg-Shop unseren Kreativraum im Erdgeschoss kostenlos zur Verfügung. Außerdem engagieren wir uns im Bereich der Jugendförderung und stellen unserem sportlichen Nachwuchs jedes Jahr Schihelme zur Verfügung.

Eines der bekanntesten Volksskirennen Österreichs, „Der Weiße Ring – Das Rennen“³, findet jährlich in Lech statt. Eine so einzigartige und große Veranstaltung ist nur mit Hilfe starker Partner möglich. Auch die Raiffeisenbank Lech ist mit Enthusiasmus und Freude dabei und unterstützt dieses legendäre Rennen gemeinsam mit der Raiffeisenlandesbank als Hauptsponsor.

Green Event Zertifizierung

2017 wurde erstmals die Generalversammlung der Raiffeisenbank Lech und der Gemeinwohlabend als Green Event organisiert. Dafür erhielten wird das „Österreichische Umweltzeichen für Green Events“.

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Die Raiffeisenbank Lech bezahlt die Sozialleistungen auf allen Löhnen und die Steuern auf dem Betriebsgewinn. Diese Abgaben sind in Österreich gesetzlich festgelegt und bieten keinen Handlungsspielraum. Aus Überzeugung und ohne Steueroptimierung bezahlt die Raiffeisenbank ihren Teil. Die Raiffeisenbank Lech hat auch regionalwirtschaftlich eine hohe Bedeutung durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und Wertschöpfung in der Region. Ein geschützter Arbeitsplatz wird zur Verfügung gestellt.

Verpflichtende Indikatoren

- Umsatz

| Umsatz in EUR | 2017 | 2018 |
|-----------------------------------|--------------|--------------|
| Nettoinsertrag & Provisionsertrag | 6.564.876,72 | 6.969.509,37 |

- Nettoabgabenquote – darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

- o effektiv gezahlte Ertragsteuern (Einkommensteuer und Körperschaftsteuer)

| Abgabe | 2017 | 2018 |
|---|-----------------------|-----------------------|
| Einkommenssteuer – für uns nicht relevant. | | |
| Jedoch der Tourismusbeitrag an die Gemeinde Lech und die Gemeinde Warth | 68.896,27 2.323,77 | 60.869,07 2.116,99 |
| KÖST (Körperschaftssteuer) | 593.763,00 | 647.671,00 |

- Lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber*innen

| Beiträge | 2017 | 2018 |
|------------------------------|------------|------------|
| Lohns. Steuern & SV-Beiträge | 300.263,94 | 319.861,48 |

- Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme (Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten), abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen

| Beiträge | 2017 | 2018 |
|-----------------|------------|------------|
| LST lfd. Bezüge | 361.024,09 | 379.355,57 |

- 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.

| Beiträge | 2017 | 2018 |
|--|--------------|--------------|
| Das EGT (Gewinn vor Steuern) beinhaltet die Fremdkapitalzinsen, Vermietung 10%, Vermietung 20% | 2.425.411,25 | 2.507.232,55 |

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Sämtliche Projekte im Rahmen der Initiative Lebensraum Lech. Siehe E2.
- Zertifizierung „Familienfreundlicher Betrieb“ – Anhang E2
- Zertifizierung „Feuerwehfreundlicher Arbeitgeber“ – Anhang E2

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Nach nun 12 Jahren der „Initiative Lebensraum Lech“ und anderen gemeinnützigen Tätigkeiten sind die Wirkungen breit gestreut und allgegenwärtig. Andere Institutionen aus Lech wie z.B. die Lech Zürs Tourismus, die Bildungseinrichtungen, die Gemeinde, Vereine, Privatpersonen kommen auf uns zu und bitten uns um Hilfe/Unterstützung bei der Umsetzung ihrer Ideen und Projekte. Hier können wir durch unsere Erfahrungen und Wissen einen wertvollen Beitrag zur Verbesserung und Leistungsfähigkeit der Region, aber auch des Wohlbefindens der Menschen beitragen. Gerne stellen wir unser Wissen und unser Kapital für sinnvolle Projekte zur Verfügung.

Ein gutes Beispiel, wie unsere Initiative wirken kann, ist das Projekt „Aktiv Rasten“. Durch die unsererseits eingebrachte Kreativität hat sich die Sichtweise der Bauhofmitarbeiter, die für die Umsetzung verantwortlich waren, grundlegend geändert. Mit offenen Augen werden nun Materialien der Umgebung und natürliche Gegebenheiten zur Gestaltung von Sitzgelegenheiten oder Rastplätzen verwendet. Dadurch werden diese Plätze perfekt in die Natur integriert – wir konnten hier einen ganz neuen Standard etablieren, auch wenn diese Aufgabe nicht direkt branchentypisch war.

Eine Mitarbeiterin kümmert sich zu 100% um die „Initiative Lebensraum Lech“ und der Gemeinwohl-Ökonomie. Diese erledigt auch die Gesamtkoordination mit dem Marketing, dem Vorstand und den Stabstellen. Sie erstellt das Konzept und einen Budgetvorschlag. Der Vorstand entscheidet dann über die Mittelvergabe. Diese Handhabung führen wir seit 2006 und hat sich bis jetzt bestens bewährt.

Verpflichtende Indikatoren

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

Beitrag zum Gemeinwesen 2018

| | | | |
|--|---|---------------|-----------------------|
| Stunden Mitarbeiter: | 22,49 Vollzeitäquivalent à 38,5 h pro Woche/ 52 Wochen | Jahresstunden | 45.025 h |
| | | | |
| | Gesamtstunden pro Jahr | | 45.025 h |
| Stunden für E2: | 1 1/3 Personen Vollzeit | Jahresstunden | 2602 h |
| | div. für Rettungsorganisationen, Vereine | Arbeitszeit | 104 h |
| | div. für Rettungsorganisationen, Vereine (wird nicht berücksichtigt) | Freizeit | 848 h |
| | Gesamtstunden pro Jahr | | 2706 h |
| | | | |
| Anteil Arbeitsstunden E2 an Gesamtstunden | | | 6,01 % |
| Kosten E2: | 1 1/3 Personen | Jahresbetrag | EUR 106.947,00 |
| | Veranstaltungen Initiative Lebensraum Lech, Lechclub, Tourismus Impulse | | EUR 48.720,57 |
| | Sponsoring/Vereine/Geldspenden | | EUR 15.705,13 |
| | Gesamtkosten pro Jahr | | EUR 171.372,70 |
| | | | |
| Anteil Gesamtkosten für 2018 vom Betriebsergebnis (EUR 2.327.771,83) | | | 7,36 % |
| Anteil Gesamtkosten für 2018 vom Jahresüberschuss (EUR 1.698.696,83) | | | 10,09 % |

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Siehe Aktivitäten E1.2
- 12 Jahre Initiative Lebensraum Lech, Jubiläumswoche und Lebensraum Magazin

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfragen

- 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?
Es gibt keine Geschäftspartner in Steueroasen, jedoch ein paar wenige Kunden, die in Steueroasen leben.

- Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?
Ein Risiko ist grundsätzlich stets vorhanden, aber entsprechende verhindernde Sorgfaltspflichten sind implementiert.
- Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?
Unserer Kunden JA. Geschäftspartner nicht.
- Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?
Die Bank selbst hat keine internationalen Finanztransaktionen.
- Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?
Eigene Compliance-Abteilung, Internes Kontrollsystem, Revision, Aufsichtsrat, Bankprüfung.

Verpflichtende Indikatoren

- 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? In diesem Fall muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartner*innen im Ausland, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10 %) abfließt, erfolgen.
Keine relevanten Beteiligungen vorhanden – kein konsolidierter Konzernabschluss, daher Einzelbetrachtung angesetzt. Wir sind nicht Teil eines Konzerns.

Länderspezifisches Reporting:

das wir nicht Teil eines Konzerns sind – nicht relevant für uns

- Umsatz
- Wertschöpfung: Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Vermietung und Verpachtung
- Veranlagungsvolumen
- Anzahl der Beschäftigten, Bruttolohnsumme, Nettolohnsumme
- Steuerleistung und Sozialabgaben (gegliedert nach Abgabenarten: Ertragsteuern, Lohnsummensteuer etc.)
- Fördersumme
- Zinszahlungen und Zahlungen für immaterielle Leistungen (v.a. Lizenzgebühren) an ausländische Niederlassungen oder Partner*innen

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfragen

- Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen?
Da es sich bei unseren wenigen Lieferanten um kleine und hauptsächlich Vorarlberger Betriebe handelt ist das Risiko verschwindend gering. Kunden werden entsprechend den gesetzlichen Sorgfaltspflichten geprüft.
- Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?
Klar definierte Richtlinien (Code of Conduct). Einkäufe werden von vier Mitarbeitern getätigt. Büromaterialeinkauf über ein GWÖ Unternehmen.
- Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträgern umgegangen?
Sehr sorgfältig. Es gibt klare Richtlinien zur Geschenkkannahme / -vergabe welche vom Compliance Officer auf ihre Einhaltung kontrolliert werden.

- Welche Lobbyingaktivitäten betreibt das Unternehmen?
Keine
- Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?
Keine
- Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?
Beinahe alle Mitarbeiter sind in die Aktivitäten der GWÖ eingebunden. Auch an den jährlich stattfindenden Mitarbeitertagen wird GWÖ regelmäßig thematisiert und monatlichen MA-Besprechungen.
- Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?
Entscheidungsprozesse laufen transparent ab und werden durch verschiedene Prüfinstanzen überwacht.
- Wie werden Interessenskonflikte (persönliche Interessen vs. Firmeninteressen) sichtbar gemacht und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?
Der Compliance-Officer führt eine Interessenskonflikt-Matrix welche regelmäßig auf Aktualität überprüft wird.

Verpflichtende Indikatoren

- Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?
Es gibt keine Parteispenden.
- Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbyingaktivitäten (Eintrag ins Lobbyingregister) und Lobbyingaufwendungen?
Es gibt keine Lobbyingaktivität.
- Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?
Ja. Es gibt die Möglichkeit des anonymen Whistleblowing. Die Mitarbeiter werden jährlich darauf hingewiesen.
- Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positiv-Aspekt: Wirksame Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?
In geringem Ausmaß.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Die Raiffeisenbank Lech ist ausschließlich im Dienstleistungsbereich tätig. Es gibt keine Nutzung gefährlicher Substanzen, Technologien und Prozesse. Emissionen entstehen lediglich bei der Energiegewinnung für Heizung Beleuchtung und Betrieb. Die Beleuchtung wird sukzessive auf LED-Lampen umgestellt. Bei Neuanschaffungen von Geräten werden ausschließlich die Geräte mit der höchsten Energieeffizienz berücksichtigt.

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Der Strom/Wasser/Heizbedarf wird regelmäßig (wöchentlich) erfasst und kontrolliert um auf Auffälligkeiten schnell reagieren zu können.

Jährlich wird von jedem Mitarbeiter ein ökologischer Fußabdruck angefordert. Nähere Informationen siehe C.

Es wurde in jedem Stockwerk ein zentraler Hauptschalter installiert. Mit diesem kann automatisch die Bürobeleuchtung im gesamten Stock ausgeschaltet werden.

Ziel für die Zukunft ist die Erstellung eines Strategieplanes für das gesamte Gebäude, mit welchem der Verbrauch bzw. die Veränderungen rasch aufgezeigt werden können, um Verbesserungsmaßnahmen setzen zu können.

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, ...)
unmittelbare Emissionen nur durch die Heizung
 - Feinstaub und anorganische Emissionen
keine
 - Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
keine
 - Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO_x, SO_x, CO₂)
keine
 - Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x)
keine
 - Ionisierende Strahlung
keine
 - Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
Drucktoner
 - Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)
keine
 - Landverbrauch
Kein direkter. Indirekt durch Finanzierung von Bautätigkeiten.
 - Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)
nicht relevant
- Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?
Strom-, Heizenergie-, Wasser- und Papierverbrauch. Veröffentlicht im GWÖ-Bericht.

Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

- Ausstoß klimawirksamer Gase in kg
nicht relevant
- Transporte (und dessen CO₂ Äquivalent) in km bzw. kg
nicht relevant
- Benzinverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in Liter bzw. kg
ca. 1.714 Liter
- Stromverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg
9.521 kWh
- Gasverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg
nichts
- Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C
110,837 kWh (Fernwärme)
- Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m³
1.311,49 m³
- Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg
nicht relevant

- Papierverbrauch in kg
200.000 Blatt pro Jahr / 920 kg
- Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg
nicht relevant
- Kunstlichteinsatz in Lumen, kwh
nicht bekannt
- Schadstoffemissionen und sonstige Umweltwirkungen entsprechend der jeweiligen Standardwirkungskategorie
nicht relevant

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Siehe Liste Verbrauch im Anhang E3.1

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E3.2 Relative Auswirkungen

Berichtsfragen = nicht relevant

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

- zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?
- zu Mitunternehmern im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

Verpflichtende Indikatoren

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

Berichtsfragen

- Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörige Betreiberauflagen gibt es und sind die Auflagen eingehalten?
Betriebsanlageneintragung und der gleichen ist vorhanden und alle Auflagen werden eingehalten.
- Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten oder sind Rechtsverstöße bekannt?
IKS (Internes Kontrollsystem), Innenrevision, Compliance, Bankprüfung
- Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bzgl. ökologischer Belastungen liegen vor?
keine
- Welche Kontroversen mit anderen Stakeholdern (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?
Auf dem aktuellen Stand der Technik.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Die Wirkung unseres unternehmerischen Handelns machen wir auf unserer Internetseite sichtbar:

- Leitbild
- Geschäftsbericht
- Gemeinwohlbericht
- Chronik
- Team
- Engagements in den Bereichen Kultur, Sport und Umwelt

Als Genossenschaft hat jedes Mitglied ein Stimmrecht, von dem es bei der jährlichen Generalversammlung Gebrauch machen und somit aktiv mitbestimmen kann. Relevante Berührungsgruppen im Sinne dieses Berichtes (Nachbarn, Gebietskörperschaften, NGO's, Natur) wenden sich mit ihren Anliegen direkt an einen unserer Vorstände – ist ortsüblich bei uns. Als Dienstleistungsunternehmen gibt es allerdings kaum relevante Themen.

E4.1 Transparenz

Die Mitarbeiter der Raiffeisenbank Lech haben im Jahr 2012 ihren ersten Gemeinwohlbericht erstellt und extern auditieren lassen. Bei der im Juni 2013 abgehaltenen Generalversammlung haben wir sehr umfangreich unsere Gemeinwohbilanz präsentiert. Die Berichterstattung, Präsentation und Veröffentlichung erfolgt im Zwei-Jahresrhythmus.

Auf unserer Homepage sind unterschiedliche Informationen über die Geschäftsaktivitäten des Unternehmens zugänglich. Soziale und ökologische Informationen sind sowohl in Form des Gemeinwohlberichtes verfügbar, wie auch in den Geschäftsberichten integriert.

Der Gemeinwohl- sowie der Geschäftsbericht werden allen Mitgliedern zugesandt. Weiters sind die Berichte als PDF-Datei auf unserer Homepage abrufbar.

Verpflichtende Indikatoren

- Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung
Er erfolgt eine Veröffentlichung des Gemeinwohl- und Auditberichtes in Papierform (Kurzversion) und auf der Homepage (Lang- und Kurzversion).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

2017 Veröffentlichung und Präsentation des GWÖ-Berichtes 2016 bei unserer Generalversammlung am 21. Juni 2017. Printversion – GB und auf der Homepage, www.lechbank.com

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung

Die Wirkung unseres unternehmerischen Handelns machen wir auf unserer Internetseite sichtbar:

- Leitbild
- Geschäftsbericht
- Gemeinwohlbericht
- Chronik
- Team
- Engagements in den Bereichen Kultur, Sport und Umwelt

Als Genossenschaft hat jedes Mitglied ein Stimmrecht, von dem es bei der jährlichen Generalversammlung Gebrauch machen und somit aktiv mitbestimmen kann. Relevante Berührungsgruppen im Sinne dieses Berichtes (Nachbarn, Gebietskörperschaften, NGO's, Natur) wenden sich mit ihren Anliegen direkt an einen unserer Vorstände – ist ortsüblich bei uns. Als Dienstleistungsunternehmen gibt es allerdings kaum relevante Themen.

Verpflichtende Indikatoren

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

Unsere Berührungsgruppen:

Mitarbeiter

Den einzelnen Mitarbeiter werden je nach Stelle Kompetenzen eingeräumt. Im Rahmen dieser Kompetenzen entscheiden die Mitarbeiter eigenständig. Darüber hinaus haben alle Mitarbeiter die Möglichkeit sich in allen Belangen einzubringen. Dies erfolgt in unterschiedlichen Gremien und Plattformen.

- Einzelgespräche: mit einzelnen Vorstandsmitglieder oder mit dem Gesamtvorstand. (Gelebtes Motto: Wenn die Tür zum Vorstandsbüro offen ist, sind alle Mitarbeiter herzlich willkommen ihre Anliegen vorzubringen).
- Diverse Plattformen: Jährlicher Arbeitertag. Beim jährlichen Arbeitertag arbeiten alle Mitarbeiter gemeinsam an unterschiedlichsten Themen. Zumeist sind dies Themen, die in den Bereich Organisationsentwicklung und Mitarbeiterentwicklung fallen. (also Themen, die nicht unbedingt das operative Geschäft betreffen). Der Arbeitertag wird meist von einem Mitarbeiter vorbereitet (Betriebsrat, nicht vom Vorstand) und von einer externen Person moderiert.
- Teamsitzungen: Diese werden zum Teil anlassbezogen und zum Teil als Jour-Fix abgehalten. Die Teams bzw. Abteilungen entscheiden selbständig ob, mit welcher Besetzung und in welcher Form sie solche Sitzungen durchführen.
- Ideenbox: Es liegt eine Ideenbox auf in diese namentlich oder anonym Ideen eingeworfen werden können. Die Ideen werden gesammelt, in einer Vorstandssitzung behandelt und bei der Arbeitersitzung vorgestellt und Prämiiert. Es werden viele der eingebrachten Ideen im Unternehmen umgesetzt.
- Div. Workshops und Projekte. Diese erfolgen anlassbezogen. Zum Beispiel wird aktuell von einer Gruppe freiwilliger Mitarbeiter an dem Thema "Die Werte der Raiffeisenbank Lech" gearbeitet.

Eigentümer/Mitglieder

Laut unseren Statuten ist die Eigentümerversammlung (Jahreshauptversammlung) das höchste Gremium der Raiffeisenbank Lech. Diese Versammlung findet einmal im Jahr statt. Jedes Mitglied hat die Möglichkeit Themen in die Versammlung einzubringen, Anfragen zu stellen und Anträge einzubringen. Die Mitglieder wählen aus ihren Reihen die Eigentümervertreter (Aufsichtsrat).

Der Aufsichtsrat und Vorstand stehen in der Jahreshauptversammlung Rede und Antwort.

Eigentümervertreter/Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat wird von den Eigentümern aus ihren Reihen gewählt und ist mit diversen Aufgaben betraut. Dem Aufsichtsrat obliegt die Aufsicht des Vorstandes und der Bank. In der Geschäftsordnung ist klar geregelt welche Aufgaben an die Vorstände delegiert sind und über welche Themen der Aufsichtsrat informiert werden will, beziehungsweise welche Themen vom Aufsichtsrat beschlossen werden müssen. Der Aufsichtsrat tagt durchschnittlich 10 x im Jahr. Zu diesen Sitzungen wird der Gesamtvorstand eingeladen die Rede und Antwort stehen müssen.

Aus der Reihe der Aufsichtsräte wählt der Aufsichtsrat einen Aufsichtsratsvorsitzenden (aktuell Julia Huber). Die Aufsichtsratsvorsitzende ist im ständigen Austausch mit dem Vorstand und mit der Revision (Beratendes

Organ des Aufsichtsrates). Die Aufsichtsratsvorsitzende arbeitet auch auf Landesebene aktiv an der Zukunft der Raiffeisenorganisation in Vorarlberg mit. (Entsandte der Raiffeisenbank Lech)

Weitere Berührungsgruppen: NGO's, Gemeinde, Lech Zürs Tourismus, Lecher Bildungseinrichtungen, St. Arbogast/Tage der Utopie, Skiclub Arlberg.....

Gemeinsam besprechen wir ihr Anliegen bzw. Wünsche und entscheiden dann in welcher Form wir sie unterstützen. Vorrangig unterstützen wir natürlich Projekte im Ort und der Region und die unseren Vorstellungen entsprechen.

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

Es gibt keine Intransparenz und schon gar keine Fehlinformationen über unser Unternehmen.

Berichtsfragen

- Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität?
Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?
- Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?
- Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Verbesserungspotenziale:

Glossar:

Leitbild¹: „Unsere Wertebroschüre“, <https://www.privatebanking-lech.com/>

CSR²: Der Begriff **Corporate Social Responsibility (CSR)** bzw. **Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung** (oft auch als *Unternehmerische Sozialverantwortung* bezeichnet) umschreibt den freiwilligen Beitrag der Wirtschaft zu einer nachhaltigen Entwicklung, der über die gesetzlichen Forderungen (Compliance) hinausgeht. CSR steht für verantwortliches unternehmerisches Handeln in der eigentlichen Geschäftstätigkeit (Markt), über ökologisch relevante Aspekte (Umwelt) bis hin zu den Beziehungen mit Mitarbeitern (Arbeitsplatz) und dem Austausch mit den relevanten Anspruchs- bzw. Interessengruppen (Stakeholdern).

Der weisse Ring – das Rennen³: <http://www.dasrennen.at/de>

Anhang: E1.1 | Produkte & Dienstleistungen im Detail

Anhang: E1.1 | Geschäftsentwicklung 2017 & 2018

Anhang: E2 | Zertifikat „Familienfreundlicher Betrieb“

Anhang: E2 | Zertifikat „Feuerwehreffreundlicher Arbeitgeber“

Anhang: E2.1 | Entwicklung Verbrauch

Anhang

Anhang: A1 | Code of Conduct
Anhang: A1 | CSR-Fragebogen für Lieferanten
Anhang: A1 | Certificate of Environmental Saving
Anhang: C1.1 | Auswertung Mitarbeiterfragebogen
Anhang: C1.1 | Leitfaden & Checkliste für die Einführung neuer Mitarbeiter
Anhang: C1.1 | Leitfaden zur Führung des jährlichen Mitarbeitergesprächs
Anhang: C1.2 | Bericht Wasseruntersuchung
Anhang: C3.2 | Ökologischer Fußabdruck der Mitarbeiter
Anhang: D2.1 | Arlberg Bonuszertifikat
Anhang: D2.1 | Arlberg Bonuszertifikat 3
Anhang: D3.1 | Interne Beratungshilfe
Anhang: E1.1 | Produkte & Dienstleistungen im Detail
Anhang: E1.1 | Geschäftsentwicklung 2017 & 2018
Anhang: E2 | Zertifikat „Familienfreundlicher Betrieb“
Anhang: E2 | Zertifikat „Feuerwehfreundlicher Arbeitgeber“
Anhang: E3.1 | Entwicklung Verbrauch