

Gemeinwohlbericht 2018 bis 2020

der

St.Rochus-Apotheke

Albrecht Binder e.K.

Bahnhofsallee 8

32839 Steinheim

www.sankt-rochus-apo.de

mit den Filialen

Apotheke im Facharztzentrum (bis 31.12.2019)

Mersinweg 22

33100 Paderborn

www.faz-apotheke.de

Bad-Apotheke (bis 31.12.2020)

Parkstr.55

32805 Horn-Bad Meinberg

www.bad-apotheke-meinberg.de

Delphin-Apotheke (bis 31.12.2019)

Detmolder Str.8

33102 Paderborn

www.delphin-apo.de

Wir bilanzieren unsere Apotheke wirtschaftlich immer im Kalenderjahr, die aktuellsten Bilanzzahlen sind also für das Jahr 2020 verfügbar.

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

Inhaltsverzeichnis

		Inhaltsverzeichnis	2
1.		Grundlegende Informationen zu unserem Betrieb	3
2.		Unsere Selbsteinschätzung für den Gemeinwohlbericht	4
3.		Der Bericht zu den 20 Indikatoren der Gemeinwohlmatrix	5
	A1	Menschenwürde in der Zulieferkette	5
	A2	Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	7
	A3	Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	10
	A4	Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	11
	B1	Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	13
	B2	Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	16
	B3	Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	17
	B4	Eigentum und Mitentscheidung	19
	C1	Menschenwürde am Arbeitsplatz	21
	C2	Ausgestaltung der Arbeitsverträge	29
	C3	Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	33
	C4	Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	35
	D1	Ethische Kund*innenbeziehungen	37
	D2	Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	40
	D3	Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	43
	D4	Kund*innenmitwirkung und Transparenz	45
	E1	Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	48
	E2	Beitrag zum Gemeinwesen	50
	E3	Reduktion ökologischer Auswirkungen	54
	E4	Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	58

1. Grundlegende Informationen zu unserem Betrieb

1.1. Eigentumsform

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

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

Eine Haupt-Apotheke darf – egal ob von einer Person als e.K. geführt oder als oHG von mehreren Personen – noch maximal drei Filialen haben, die dann von ApothekerInnen als FilialleiterInnen geführt werden.

Die St.Rochus-Apotheke befindet sich diesen Regeln entsprechend mit ihren drei Filialen komplett in meinem Besitz.

Zum 31.12.2019 habe ich die Apotheke im Facharztzentrum und die Delphin-Apotheke in Paderborn verkauft an Alina Schunk, die bis zu diesem Zeitpunkt die Filialleitung der Apotheke im Facharztzentrum innehatte. Die Berichtszahlen für das Jahr 2020 beziehen sich also nur noch auf die Bad-Apotheke und die St.Rochus-Apotheke.

Den Auditoren stellen wir alle relevanten betrieblichen Zahlen in einer Vergleichstabelle über die vergangenen Jahre zur Verfügung. Diese Tabelle ist dem veröffentlichten Bericht nicht beigefügt, weil wir noch weit von einer gemeinwohlorientierten Wirtschaft entfernt sind und die Auswertung dieser Zahlen durch andere Unternehmen zu unserem Schaden sein könnte. Dennoch nehmen wir Bezug auf das Zahlenwerk an vielen Stellen im Bericht.

2. Unsere Selbsteinschätzung

Bilanzindikator	Prozent erreicht nach Eigeneinschätzung
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	30,00%
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	60,00%
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	30,00%
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	40,00%
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	50,00%
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	100,00%
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	90,00%
B4 Eigentum und Mitentscheidung	20,00%
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	80,00%
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	70,00%
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	40,00%
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	60,00%
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	60,00%
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	40,00%
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	20,00%
D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz	40,00%
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	60,00%
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	90,00%
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	40,00%
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	70,00%

3. Der Bericht zu den 20 Indikatoren der Gemeinwohlmatrix

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

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

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Die mit Abstand wichtigsten Beschaffungen sind die Arzneimittel, mit denen wir handeln. Sie machen bei uns etwa 76% des Umsatzes aus. Es folgen in der Rangfolge die Mieten (1,26%), Instandhaltung und Reparaturen (1%), Werbekosten (0,47%), Beratungskosten (0,31%) und Energie (0,17%).

Medikamente kann eine Apotheke einkaufen bei pharmazeutischen Großhändlern, die zwischen einmal und sechsmal pro Tag beliefern. Außerdem bieten viele Hersteller vor allem von apothekenpflichtigen Medikamenten den Direktbezug mit günstigeren Rabatten an. 59% der bezogenen Packungen unterliegen der Verschreibungspflicht. Sie machen etwa 89% des Umsatzes aus. Hier hat die Apotheke keine Wahlmöglichkeit. Einflussmöglichkeiten hat die Apotheke bei der Auswahl der apothekenpflichtigen Medikamente (22% der Packungen und 5,5% des Umsatzes) und bei den apothekenüblichen Waren wie Kosmetika und Nahrungsergänzungen (17% der Packungen und 4,5% des Umsatzes).

Berichtsfragen

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

Als Handelsbetrieb kaufen wir fast alle Produkte zu. Zunehmend stellen wir allerdings in unseren Apotheken selber Individualarzneimittel her. Dies betrifft vor allem den Bereich Cannabis in der St. Rochus-Apotheke. So stieg dieser Anteil von 0,5% des letzten Bilanzzeitraumes über 0,8% im Jahr 2018 auf 2,2% im Jahr 2019 und 13% im Jahr 2020.

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

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

Neu aufgenommen hatten wir in die Ausschreibung für 2017/2018 die Bitte, das Engagement der Firma zum Thema ökologische Nachhaltigkeit, Ausgliederung des Fuhrparks und Engagement für die Gemeinwohlökonomie zu beschreiben. Die Ergebnisse wurden für die letzte Bilanz dokumentiert. Im Zeitraum 2018 bis 2020 hat es keine weitere Ausschreibung gegeben. Dies lag daran, dass sich in der Großhandelslandschaft nichts Grundlegendes geändert hat. Deswegen sahen wir nicht die Möglichkeit, dass wir in puncto Nachhaltigkeit mit einem Wechsel einen besseren Partner finden würden. Ende 2021 wollen wir erneut ausschreiben und hoffen, dass dann die Großhandlungen auch aussagefähigere Nachhaltigkeitsberichte bereitstellen können. Die antworten sollen einen deutlichen Stellenwert in der Beurteilung erhalten.

Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Zu diesem Thema haben wir bereits 2017 bei Herstellerfirmen angefragt, aber keine befriedigenden Antworten erhalten. Fest steht, dass die Arbeitsbedingungen in der pharmazeutischen Industrie bei den Produzenten in Europa unter sozialen Bedingungen überdurchschnittlich gut sind. Wie es bei den Herstellern der chemischen Wirkstoffe in Indien und China aussieht, dazu haben wir keine verlässlichen Aussagen. Es gibt immer wieder Berichte, die ein schlechtes Licht auf Arbeitsbedingungen in Indien und China werfen, allerdings behaupten die Hersteller in Deutschland, dass sie ihre Zulieferer kontrollieren.

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

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

Im vergangenen Dreijahreszeitraum haben wir das nicht erneut geprüft. Es ist in der Ausschreibung Ende 2021 mit eingeschlossen.

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

Wir haben das Thema Menschenwürde gegenüber der NOWEDA angesprochen. (s.o.)

Zudem haben wir große Hersteller von Arzneimitteln angeschrieben (Hexal, Ratiopharm, Bayer, Stada, Boehringer Ingelheim und Glaxo Smith Kline). Antworten liegen uns vor von Boehringer und GSK. In den Antworten verweisen die Firmen auf ihre CSR-Berichte im Internet und die darin enthaltenen Anforderungen an ihre Lieferanten. Ein Wandel hin zum Thema Nachhaltigkeit macht sich langsam auch in der pharmazeutischen Industrie bemerkbar: im Jahr 2020 hat die Firma Eli Lilly Deutschland GmbH eine Gemeinwohlbilanz vorgelegt. Wir hoffen, dass dies Signalwirkung für andere Firmen hat.

2021 werden wir erneut alle für uns wichtigen Hersteller um Nachhaltigkeitsberichte bitten und diese nach ökologischen und sozialen Kriterien untersuchen.

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Keine, diese sind im Bereich der Arzneimittel und auch aller anderen apothekenpflichtigen Waren nicht vorhanden.

A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

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

Zwei Bereiche sind kritisch in unserer Zulieferkette: Die Rohstoffproduktion (Wo und wie werden Arzneistoffe hergestellt, wo und wie werden Arzneipflanzen angebaut) sowie die Auslieferung der Produkte an uns. Produktion und Anbau finden fast ausschließlich im Ausland statt und lassen sich schwer kontrollieren. Die Auslieferung erfolgt durch Speditionsunternehmen (DHL, TransoFlex, Hermes,...) sowie lokale Kleinunternehmen, die die Lieferungen für den Großhandel übernehmen.

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

Siehe oben.

Verifizierungsindikator

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

Hierzu können wir keine Aussage treffen

A 2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Unsere Werte in diesem Bereich: Ehrlichkeit, Zusammenarbeit, Zuverlässigkeit

A 2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten LieferantInnen

Berichtsfragen

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

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

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

Auf diese Ausschreibung haben wir im Bilanzzeitraum verzichtet, weil wir keine echte Alternative zu unserem Großhändler gesehen haben. Die Mitbewerber, die uns vergleichbar beliefern könnten, gehören zu großen Konzernen, die nicht in erster Linie das Wohl Ihrer Geschäftspartner:innen im Auge haben. Mit wachsender Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit hoffen wir auch, dass sich diese Einstellung verändert und wir Alternativen bekommen. Eine erneute Ausschreibung findet statt in 2021 für die Folgejahre.

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

Vollständig. Alle Preise sind verhandelt und bei Direktkäufen Angebotspreise der Hersteller. Wir zahlen immer pünktlich unter Einhaltung aller Skontofristen und haben allen wichtigen PartnerInnen SEPA-Lastschriftmandate erteilt (ca.95% des EK-Volumens).

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

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

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

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

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

Unser Großhandel hat mehrere große Kampagnen gestartet, um gemeinsam mit den Apotheken Protest einzulegen. Diese Kampagnen haben wir immer unterstützt. So hat sich beispielsweise die NOWEDA gegen Skontokürzungen durch die Firma Sanofi mit einem offenen Schreiben gewehrt, indem sie einen Protestbrief für die Apotheken vorbereitete. Dieser Brief wurde von vielen Apotheken unterschrieben und verschickt und führte dazu, dass Sanofi die Skontokürzung nicht umsetzte.

Verifizierungsindikatoren

durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen

21 Jahre

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

(Quelle:

file:///C:/Users/Binder/AppData/Local/Temp/ZDF_21_30_Preisbildung_bei_Fertigarzneimitteln.pdf)

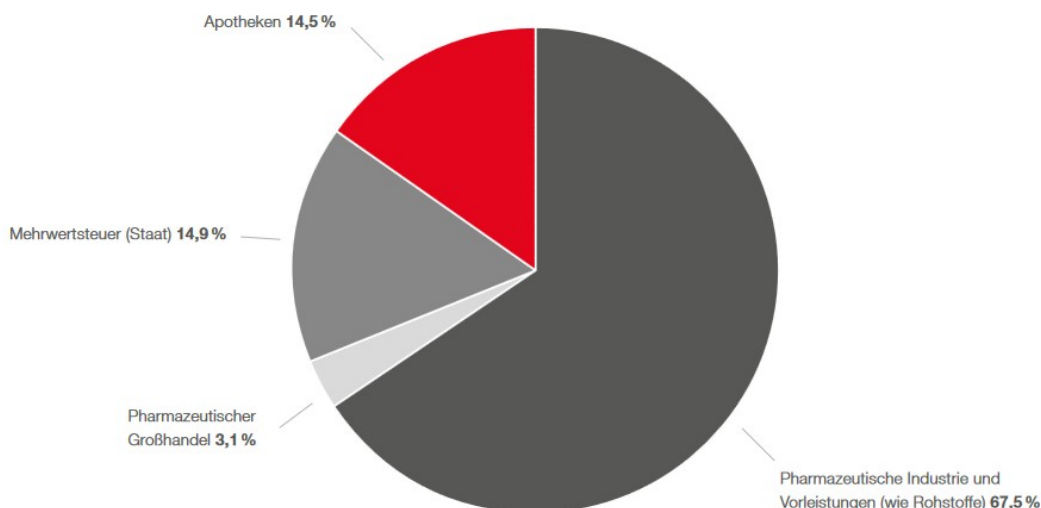
Hersteller: 67,3% (bei 19% MwSt)

Großhandel: 3% (bei 19% MwSt)

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

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

GKV-Ausgaben für Arzneimittel 2020: 37,56 Mrd. EUR



* vorläufig

** Fertigarzneimittel, Rezepturen und Verbandstoffe aus öffentlichen Apotheken (ohne ausländischen Versandhandel und Sonstige)

Quelle: Bundesministerium für Gesundheit (BMG), ABDA-Statistik

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

Berichtsfragen

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

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

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

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

Unser Einfluss ist jenseits unseres Großhandels nicht vorhanden

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

s.o.

Verifizierungsindikatoren

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

Gibt es nicht

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

Großhandelsanteil am Umsatz, also 65%.

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

Wir haben keine relevante Marktmacht, die wir ausnutzen könnten. So beliefert unsere Großhandelsniederlassung beispielsweise 500 Apotheken. Vier davon sind wir.

A 3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Unsere Werte in diesem Bereich: Achtsamkeit, Fairness, Verantwortung

A 3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

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

Wir haben uns bewusst für die Belieferung durch einen einzigen Großhandel entschieden (dadurch entfallen viele Fahrten) und beziehen dort bis auf wenige Ausnahmen alle Waren, die uns der pharmazeutische Großhandel liefern kann. Diese Ausnahmen (ca. 1% des Umsatzes) sind Präparate, die unser Großhandel nicht vorrätig hat bzw. wo wir ganz spezielle Vereinbarungen mit den Herstellern haben. Der Anteil der Ware am Umsatz, die der Großhandel nicht liefern kann, ist in den Jahren allerdings gestiegen, weil die Hersteller beispielsweise hochpreisige Medikamente nur direkt liefern, um die Großhandelsmarge auch noch mitzunehmen. Auch Cannabis zählt in diese Gruppe. Dieser Anteil ist im Jahr 2020 auf 35% gestiegen.

Den restlichen Direktbezug, der in manchen Apotheken bis zu 10% des Umsatzes ausmacht, haben wir komplett eingestellt.

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

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

Wir nutzen nicht alle Touren, die uns die NOWEDA zur Lieferung anbietet (50-75%, je nach Apotheke) und drängen schon seit vielen Jahren alle Großhandlungen dazu, die Zahl der Touren aus Umweltschutzgründen zu reduzieren.

In unsere Lieferantenbewertung und Ausschreibung fließt mit ein, wie weit die Medikamente transportiert werden müssen. Ein Großhandel, der uns nur über Nacht aus 280km Entfernung beliefern kann, fällt aus der Ausschreibung heraus. Zudem bräuchte ich bei diesem Großhandel noch einen Zweitgroßhändler, um Defekte zu einer zweiten Zeit am Tage geliefert zu bekommen.

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

Werbekosten: 2018 erstellten für jede Apotheke monatlich Flyer, die von Zeitungsverlagen zusammen mit Wochenzeitungen an Haushalte geliefert werden. Wir bestellen die Flyer per Internet bei einer Großdruckerei, verwenden aber Umweltschutzpapier und bezahlen eine CO₂-Ausgleichsabgabe. 2019 haben wir für die St.Rochus-Apotheke und die Bad-Apotheke umgestellt auf halbseitige Anzeigen direkt in der Wochenzeitung sowie nur noch 10% der Flyer zur Verteilung direkt in der Apotheke. Dadurch haben sich die ökologischen Auswirkungen in diesem Bereich um 90% reduziert. In 2020 hat sich der Anteil optisch weiter reduziert, weil die beiden Paderborner Apotheken wegfielen. Im Bereich unserer Einflussnahme hat sich in 2020 nichts verändert.

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

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

A3.2 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

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

Wir haben keine Auswahlmöglichkeit, weil die Verordnung durch Ärzte und die Rabattverträge der Krankenkassen für uns bindend sind. Bei sachgemäßer Produktion sind keine besonders hohen Auswirkungen auf die Umwelt zu erwarten. Es gibt mindestens eine Fernsehdokumentation und Fehlverhalten von Firmen in Indien, wo mittlerweile neben China fast alle Standardwirkstoffe hergestellt werden. Bisher scheint den Abnehmer:innen dieser Wirkstoffe das Handeln solcher Firmen noch nicht wichtig zu sein.

Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

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

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

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

Einen Prozentsatz dieser Mängel können wir nicht angeben.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

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

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Berichtsfragen

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

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

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

Dieser Bereich entfällt in Apotheken

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

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

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

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

Berichtsfragen

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

Keine, weil keine Einflussmöglichkeit vorhanden ist

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

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

s.O.

Verifizierungsindikatoren

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

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

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

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Unsere Werte in diesem Bereich: Ehrlichkeit, Fairness, Verantwortung

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Berichtsfragen

Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?

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

Die Eigenkapitalquote ist dadurch in den vergangenen beiden Jahren seit der letzten GWÖ-Bilanz gestiegen von etwa 25% in 2017 über 37% (2018) und 46% (2019) auf 49,4% in 2020.

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

Keine weiteren. Unsere Quote ist mit fast 50% sehr gut und wird in den kommenden Jahren noch weiter wachsen.

Verifizierungsindikatoren

Eigenkapitalanteil

49,4%

durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

darüber haben wir keine Zahlen

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Berichtsfragen

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

Eine Beteiligung durch Mitarbeiterinnen oder Kundinnen ist rechtlich nicht möglich. Theoretisch wäre eine Finanzierung über private Darlehen möglich gewesen, aber alle im Bilanzzeitraum angestoßenen Projekte haben wir über Eigenkapital finanziert.

Zur grundsätzlichen Finanzierung und für das Tagesgeschäft haben wir überlegt, mit Ethikbanken ins Gespräch zu gehen, allerdings brauchen wir aber auf jeden Fall auch eine Bank vor Ort. Deshalb haben wir in 2017 Gespräche geführt mit Vorständen unserer Hausbank, der Verbund-Volksbank OWL, und der Vereinigten Volksbank, bei der wir zur Zeit keine Konten unterhalten. Beide Banken zeigen großes Interesse am Thema Nachhaltigkeit und erwägen eine Bilanzierung bzw. haben bereits eine Bilanzierung angestoßen.

Die Verbund-Volksbank OWL hat sich über die Hochschule des Mittelstandes in Bielefeld extern nach dem Nachhaltigkeitskompass beurteilen lassen, der ähnlich aufgebaut ist wie die GWÖ-Bilanz und sich am DNK orientiert. Gemeinsam mit Prof. Wittberg von der FHM fanden in 2019 und 2020 im

Rahmen von Semesterarbeiten für Studierende eines Masterstudiengangs Vergleiche zwischen dem Nachhaltigkeitskompass und der GWÖ-Bilanz statt.

Ergebnis ist, dass mit beiden Instrumenten Nachhaltigkeit messbar wird. Allerdings hatte die Arbeit an dem Thema bei unserer Hausbank für uns keine erkennbaren positiven Folgen auf Transparenz oder Kundenbeziehung.

Anders als bei der Vereinigten Volksbank des Kreises Höxter, zu der wir bislang keine Geschäftsbeziehung mit der Apotheke hatten. Der Vorstand beschloss Ende 2019, eine Gemeinwohnbilanzierung im Rahmen des LEADER-Projekts Gemeinwohl-Region Kreis Höxter durchzuführen. Ende 2020 hat die Volksbank ihren Bericht eingereicht und wurde in 2021 zertifiziert. Im Jahr 2021 werden wir deswegen zu dieser Bank wechseln.

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Wir haben unsere Kredite bei der Volksbank weiter beträchtlich getilgt und sehen keine Veranlassung, über eine Verlagerung nachzudenken. Eine Umfinanzierung vor Ende der Laufzeit wäre unverhältnismäßig teuer gewesen. Alle Kredite werden mit Ende der Laufzeit in maximal vier Jahren planmäßig getilgt sein. Mit dem Verkauf der Paderborner Apotheken wurden die dafür aufgenommenen Kredite getilgt. Die Kredite für die Bad-Apotheke werden zu Beginn des Jahres 2021 getilgt, sodass dann nur noch ein kleiner Kredit über ca.25.000€ vorhanden sein wird, der bis Ende 2022 getilgt wird.

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

Verifizierungsindikatoren

Fremdkapitalanteil (%-Anteil Fremdkapital)

30% im Jahr 2018 und 24% im Jahr 2019 und 12% in 2020 (Fremdmittel mit Laufzeit über einem Jahr im Verhältnis zu Fremdmittel plus Rückstellungen plus Eigenkapital)

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (in Tsd. EUR)

Die genauen Zahlen werden im Audit vorgelegt.

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Berichtsfragen

Welche Finanzpartner*innen hat das Unternehmen?

- A) Verbund-Volksbank OWL
- B) Helvetia Versicherung
- C) Eigenes Zusatzversorgungswerk für unsere Angestellten
- D) KfZ-Versicherung Provinzial
- E) Renault-Leasingbank

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

A) Die **V-VB** ist auf dem Weg zu gemeinwohlorientierter Bilanzierung schon weit fortgeschritten. Mit dem Nachhaltigkeitskompass, der 2017 erstmalig erhoben wurde, werden ethisches Handeln und Nachhaltigkeit erstmalig bilanziert. Über eine Wiederholung in den Folgejahren ist ein Verlauf und eine Entwicklung abbildbar.

Allerdings scheint das Thema Nachhaltigkeit nicht mehr im Zentrum der Bemühungen zu stehen. Auf der Homepage der Bank gibt es keine Hinweise auf den Nachhaltigkeitskompass und keinen CSR-Bericht.

B) Helvetia Versicherung

Bei der Helvetia-Versicherung haben wir unsere betrieblichen Versicherungen abgeschlossen (Betriebshaftpflicht und Inventarversicherung). Sie ist eine Schweizer Versicherung, die konventionell arbeitet und keine Expertise hat im Bereich Nachhaltigkeit.

C) Für unsere Mitarbeitenden haben wir 2017 im Rahmen eines Lohnumwandlungsmodells ein **betriebliches Zusatzversorgungswerk** eingerichtet. Daraus erhalten die teilnehmenden MitarbeiterInnen pro Jahr bei Beendigung der betrieblichen Zugehörigkeit 500€ (bei Vollzeit) pro Jahr Betriebszugehörigkeit zusätzlich ausgezahlt.

Das Geld bleibt bis dahin im Betriebsvermögen und reduziert die Abhängigkeit von Fremdkapital.

D) Provinzial-Versicherung

Bei der Provinzial haben wir die vier Fahrzeuge der Apotheke versichert. Auch die Provinzial zeichnet sich nicht durch besondere Expertise im Bereich Nachhaltigkeit aus.

E) Renault-Leasingbank

Das Elektrofahrzeug Renault Zoe ist über die Renault-Leasingbank geleast. Dies erschien uns bei der Entscheidung für dieses Fahrzeug Ende 2015 sicherer, weil im Leasingvertrag bereits die Rückgabe zu festen Konditionen geregelt werden konnte und nicht klar war, wie sich der Marktwert bei diesem Fahrzeug entwickeln würde. Eine Alternative gab es beim Leasing dieses Fahrzeugs nicht. Das Leasing ist im November 2020 ausgelaufen.

Verifizierungsindikator

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

V-VB	langfristige Kredite	2018	539.000€
		2019	370.000€
		2020	127.000€
Helvetia Versicherung	Haftpflicht- und Inventarversicherung jährlich		6.000€
Betr. Versorgungswerk		2018	20.000€
		2019	30.000€
		2020	40.000€
Provinzial	Haftpflicht- und Kaskoversicherungen jährlich		2000€
Renault-Leasing		jährlich	3000€

B 2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

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

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

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

Für die Apotheke haben wir im Bilanzzeitraum keine notwendigen Zukunftsausgaben ermittelt. Deswegen sind unsere freien Mittel in Zukunftsausgaben für eine gemeinwohlorientierte Gesellschaft geflossen.

Mit den Gewinnen aus den Jahren 2018 bis 2020 haben wir Zustiftungen an die Stiftung Gemeinwohl-Ökonomie NRW gemacht. Die Stiftung hat damit einen Teil der Eigenmittel des LEADER-Projekts „Gemeinwohlregion Kreis Höxter“ finanziert.

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

Wir stellen über das im Leitungsteam besprochene Gehalt keinerlei Ansprüche

Verifizierungsindikatoren

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

2018: 123.666€

2019: 103.857€

2020: 429.684€

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (in EUR)

2019: 0

2020: 0

getätigter strategischer Aufwand (in EUR)

2019 196.576€

2020 51.750€ Spenden

Anlagenzugänge (in EUR)

0€

Zuführung zur Rücklage (in Tsd. EUR)

0€

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

0€

B2.2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

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

Ist nicht geschehen

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

Ist nicht geschehen

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

Wir haben keine zweistelligen Renditen

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Unsere Werte in diesem Bereich: Achtsamkeit, Verantwortung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Berichtsfragen

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

Die Anlagen sind in allen Apotheken auf dem technisch besten Stand. Potential besteht nur noch beim Austausch bei zwei Fahrzeugen, einem mit Benzinmotor und einem Erdgasfahrzeug.

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

Die Mittel sind nicht das Problem, wir wollen aber aus ökologischen Gründen kein Fahrzeug vor der Zeit aus dem Verkehr ziehen. Wenn die Fahrzeuge alt sind werden sie durch E-Fahrzeuge ersetzt oder durch andere Lieferkonzepte.

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

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

Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommen? Keine

Verifizierungsindikatoren

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

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

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Berichtsfragen

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

Wir haben durch unsere Spenden dazu beigetragen, dass die Stiftung Gemeinwohl-Ökonomie NRW das LEADER-Projekt Gemeinwohl-Region Kreis Höxter durchführen konnte. Dieses Projekt leistet einen sehr großen Beitrag zur sozial-ökologischen Weiterentwicklung des Landkreises. Inzwischen sind die Verwaltungen dreier Städte sowie zehn Städte gemeinwohlobilanziert. Vier weitere Städte erwägen die Bilanzierung für 2021/2022.

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

Verifizierungsindikatoren

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

keine Veranlagungen, ausschließlich Spenden

LEADER 2019 40.000€ (20% der Zustiftungen und Spenden)

2020 40.000€ (80% der Zustiftungen und Spenden)

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

0€

B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfragen

Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?
keine

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

Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?
Wir sind darauf gut vorbereitet. Windgas, Solarthermie, eine betriebseigene Photovoltaikanlage und Ökostrom sind unsere Energiequellen

B 4 Eigentum und Mitentscheidung

Unsere Werte in diesem Bereich: Zusammenarbeit, Wertschätzung, Fairness

B 4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Berichtsfragen

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

Die rechtliche Situation in Deutschland lässt keine Beteiligung der Mitarbeitenden an Apotheken zu. Ich bin als im Handelsregister eingetragener Kaufmann alleiniger Eigentümer der Apotheken und hafte somit mit meinem gesamten Vermögen.

Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

Unsere Mitarbeitenden sind über das Leitungsteam an den Entscheidungsprozessen in der Apotheke beteiligt. Das Leitungsteam tagt einmal im Quartal, in ihm vertreten sind die FilialleiterInnen der Apotheken, Annegret Binder als die Zahlenverantwortliche und ich. Seit 2020 nach dem Verkauf der Paderborner Apotheken existiert das Gremium nicht mehr.

Im Leitungsteam werden alle relevanten Fragen des Betriebes diskutiert und konsensiert.

Die Ergebnisse werden von den FilialleiterInnen in den Teambesprechungen in das Team getragen, Fragen und Anregungen aus den Teams werden in der nächsten Sitzung des Leitungsteams besprochen.

Diese haben wir im Jahr 2018 noch so gemacht, gegen Ende des Jahres und in 2019 fanden keine Leitungsteamsitzungen mehr statt. Grund dafür war, dass keine langfristigen Entscheidungen mehr getroffen wurden, die alle vier Apotheken betreffen, seit klar war, dass die beiden Paderborner Apotheken zum Jahreswechsel 2019/2020 an unsere dortige Filialleiterin verkauft werden.

Für 2021 haben wir neue Informations- und Beteiligungsmodelle geplant, um Entscheidungen auf einer breiten Basis zu treffen.

Was verstehen wir unter „gelebter Gemeinschaft“?

Wir haben eine flache Hierarchie, jede*r Mitarbeitende kann sich mit allen Fragen entweder an die Filialleitung oder an den Inhaber wenden. Wesentliche Änderungen werden dann im Leitungsteam besprochen.

Alle Vorschläge werden aufgenommen, geprüft und gemeinsam entschieden.

Monatlich finden in den Filialen Teambesprechungen statt, in denen alle anstehenden Fragen diskutiert und gemeinsam entschieden werden.

Einmal jährlich findet außerdem eine große, gemeinsame Teamsitzung für alle Mitarbeitenden statt, in der über übergeordnete Fragen und langfristige Ziele und Strategien gesprochen wird. So zum Beispiel, ob die Mehrheit weiter am GWÖ-Projekt mitarbeiten möchte.

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

Die Struktur mit jährlicher Gesamtteamsitzung und monatlichen Einzelteambesprechungen ist öffentlich und wird eingehalten. Protokolle werden für alle einsehbar abgespeichert.

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

Die Struktur kann aus rechtlichen Gründen (s.o.) nicht geändert werden. Es sei denn, man betrachtet den Verkauf einzelner Filialen als Schritt in diese Richtung.

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

Ende 2019 Verkauf der Delphin-Apotheke und der Apotheke im Facharztzentrum an die dortige Filialleiterin. Ende 2020 Verkauf der Bad-Apotheke an eine ehemalige Auszubildende.

B4.2 Negativaspekt: feindliche Übernahme

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

Dementsprechend hat auch keine feindliche Übernahme stattgefunden.

C 1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Unsere Werte in diesem Bereich: Zusammenarbeit, Menschlichkeit, Wertschätzung

C1.1 Mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur

Berichtsfragen

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

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

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

Zweimal im Jahr ist das gesamte Team zu einem Fest eingeladen. Im Sommer findet dieses Fest als Familien-Sommerfest auf dem Parkplatz der St.Rochus-Apotheke statt und es gibt ein großes, buntes Mitbringbuffet. Die vielen anwesenden Kinder und die mit anwesenden PartnerInnen sorgen für gute Stimmung und nette Gespräche. 2020 sind die Feste coronabedingt ausgefallen.

Zum Jahresende treffen wir uns zu einem Weihnachtsessen, das 2018 in einem vegetarischen Restaurant und 2019 in einem Hotel-Restaurant stattfand, das inklusiv arbeitet. 2020 fiel auch das Weihnachtsessen aus.

Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?

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

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

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

Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Aufgaben werden in den Filialen selbständig organisiert und verteilt. Das Ergebnis zählt. Wenn Aufgaben von einer Filiale nicht erledigt werden können, wird im Leitungsteam eine Lösung diskutiert.

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

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

Verifizierungsindikatoren

- Fluktuationsrate

Jahr	Anzahl	Eintritt fest	Eintritt befristet	Austritt fest	Austritt befristet
2018	58	1	4	4	4
2019	60	8	3	8	2
2020	30	2	1	2	0

- durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

5,36 Jahre 2018/2019

7,46 Jahre 2020

- Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen

Auch in den Jahren 2018 bis 2020 gab es einige Initiativbewerbungen in den Bereichen PKA, PTA und Pharmaziepraktikant*innen. Aber wir haben diese Bewerbungen nicht systematisch erfasst. Dies wird ab 2021 geschehen.

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

Jährliche Einzelgespräche mit den Mitarbeitenden und der Filialleitung bzw. Filialleitung und Chef

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

2018	Anzahl	Gesamtstunden	Fortbildung Std.	Fortbildung %	verteilt auf Personen
St. Rochus Apotheke					
HV	9	7645,8	115,52	1,51	8
Backoffice	2	2574,2	9,00	0,35	2
Buchführung	1	2106,2	33,75	1,60	1
Extraktion	1	487,1	1,50	0,31	1
Bad Apotheke					
HV	10	12290,6	196,90	1,60	8
Backoffice	4	5061,7	25,50	0,50	2
Delphin Apotheke					
HV	7	9556,7	104,20	1,09	7
Backoffice	1	154,3	0,00	0,00	0
Kosmetik	1	493,8	25,75	5,21	1
Apotheke in Facharztzentrum					
HV	11	11676	333,90	2,86	11
Backoffice	3	4069	36,00	0,88	3
SUMME	50	56115,4	882,02	1,57	44

2019	Anzahl	Gesamtstunden	Fortbildung Std.	Fortbildung %	verteilt auf Personen
St. Rochus Apotheke					
HV	10	10891,6	49,50	0,45	5
Backoffice	2	2621,5	17,50	0,67	2
Buchführung	1	2123,1	57,90	2,73	2
Extraktion	1	613,7	0,00	0,00	0
Sprachkurs Ana			1386,67		
Sprachkurs Sahit			1386,67		
Sprachkurs Bishoy					
Bad Apotheke					
HV	9	12239,3	70,67	0,58	8
Backoffice	3	4385,1	6,00	0,14	2
Delphin Apotheke					
HV	8	9855,8	58,67	0,60	7
Backoffice	3	1805,2	0,00	0,00	0
Kosmetik	1	485	0,00	0,00	0
Teambesprechung HV			83,92	0,85	
Teambesprechung Backoffice			12,84	0,71	
Apotheke in Facharztzentrum					
HV	10	10964,3	140,00	1,28	7
Backoffice	3	3959,4	21,25	0,54	2
Teambesprechung HV			39,25	0,36	
Teambesprechung Backoffice			17,50	0,44	
SUMME	51	59944	3348,34	5,59	35

2020	Anzahl	Gesamtstunden	Fortbildung Std.	Fortbildung %	verteilt auf Personen
St. Rochus Apotheke					
HV	8	13602,6	105,17	0,77	5
Backoffice	3	4090,2	12,75	0,31	3
Buchführung	1	2068,4	10,5	0,51	1
Extraktion		258,1	0		1
Teambesprechung					
Bad Apotheke					
HV	11	10858,9	379,15	3,49	8
Backoffice	4	4874,4	13,0	0,27	4
SUMME	27	35752,6	520,67	1,46	22

Fazit: in 2019 haben die drei neu hinzugekommenen Praktikant:innen, die dann Apotheker:innen unter Aufsicht wurden, einen hohen Anteil der Fortbildungsstunden ausgemacht. Die Anzahl der Fortbildungsstunden hat sich so mehr als verdreifacht von 1,57% aller Arbeitsstunden auf 5,59%.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Berichtsfragen

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

Durch die Einrichtung des Seminarzentrums in Steinheim haben alle Mitarbeitende die Möglichkeit, kostenfrei an den dort angebotenen Kursen teilzunehmen. Entsprechende Kurse zur Steigerung der Psyche, wie Autogenes Training, QiGong und Yoga bezahlt die Apotheke auch Mitarbeitenden, die die Kurse in anderen Städten besuchen.

Da die Kurse im Seminarzentrum bis auf Yoga nicht gut angenommen wurden und der Yogalehrer in 2019 das Team verließ, wurde das Seminarzentrum Ende 2019 geschlossen. Weiterhin gilt aber die Regel, dass Mitarbeitende die Kosten für Gesundheitskurse über die Apotheke abrechnen dürfen.

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

Auch die Anschaffung der E-Bikes an den Standorten in Bad Meinberg, Steinheim und Apotheke im Facharztzentrum in Paderborn führt dazu, dass die Mitarbeitende viele Botengänge mit dem Rad statt mit dem Auto unternehmen.

In den Apotheken wird für die Mitarbeitenden Biomilch, Biokaffee und Mineralwasser von örtlichen Brunnen zur Verfügung gestellt.

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

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

2020 war geprägt durch die Pandemie. Wir haben uns bereits sehr früh darum bemüht, FFP2-Masken in großer Menge direkt einzukaufen, um unser Personal optimal zu schützen. So haben wir im April 20.000 Masken direkt aus China gekauft, weil in Deutschland bis in den Spätherbst keinerlei Masken verfügbar waren. Außerdem haben wir sofort unsere HV-Tische (Beratungsplätze für Kund:innen) mit großen Plexiglasfolien versehen, sodass die Übertragungswahrscheinlichkeit durch Aerosole minimiert war.

Verifizierungsindikatoren

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

Krankheitsfehltage, kumuliert für die Jahre 2018 - 2020

2018/ 2019	Krankheits- stunden 2018	Anzahl Personen 2018	Krankheits- stunden / Anzahl 2018	Personen ohne Krankstd 2018	Krankheits- stunden 2019	Anzahl Personen 2019	Krankheits- stunden /Anzahl 2019	Personen ohne Krankstd 2019
<20	0	0	0	0	48	1	48,0	0
20-30	92	9	10,2	5	373	13	28,7	7
31-40	564,8	14	40,3	3	674,6	14	48,2	4
41-50	35	13	2,7	9	731,8	12	61,0	4
51-60	1314,2	13	101,1	2	1358	13	104,5	6
>60	248,2	4	62,1	1	37,2	2	18,6	2

2020	Krankheits- stunden 2020	Anzahl Personen 2020	Krankheits- stunden / Anzahl 2020	Personen ohne Krankstd 2020
<20	0	0	0	0
20-30	548	3	182,67	1
31-40	880	7	125,71	5
41-50	300	9	33,33	4
51-60	590,5	9	65,61	2
>60	288	2	144	1

2018	Abteilung	Krank Std	Krank %	Gesamtstd
St. Rochus	HV	228,5	2,99	7645,8
	Backoffice	78	3,03	2574,2
	Buchhaltung	0	0,00	2106,2
	Extraktion	9,4	1,93	487,1
Bad Apotheke	HV	458	3,73	12290,6
	Backoffice	751,2	15,09	4977,9
Delphin	HV	513,8	5,45	9429,8
	Backoffice	12	6,92	173,5
	Kosmetik	23,2	4,73	490
FAZ	HV	180	1,55	11634,6
	Backoffice	0	0,00	4020,4
Gesamt 2018		2254,1	4,04	55830,1
Anzahl Mitarbeitende	73			
Krankstunden/Mitarbeitende	30,88			
Kranktage/Mitarbeitende	3,86			

2019	Abteilung	Krank Std	Krank %	Gesamtstd
St. Rochus	HV	552,2	5,07	10891,6
	Backoffice	0	0,00	2621,5
	Buchhaltung	0	0,00	2123,1
	Extraktion	0	0,00	613,7
Bad Apotheke	HV	783,8	6,40	12239,3
	Backoffice	1086,5	24,78	4385,1
Delphin	HV	220,5	2,24	9855,8
	Backoffice	48	2,66	1805,2
	Kosmetik	37,2	7,67	485
FAZ	HV	248,5	2,27	10964,3
	Backoffice	123	3,11	3959,4
Gesamt 2019		3099,7	5,17	59944
Anzahl Mitarbeitende	78			0
Krankstunden/Mitarbeitende	39,74			
Kranktage/Mitarbeitende	4,97			

2020	Abteilung	Krank Std	Krank %	Gesamtstd
St. Rochus	HV	1103	9,00 %	13602,6
	<small>804 Stunden krank wegen Schwangerschaft abgezogen</small>	299	2,60 %	
	Backoffice	364	8,90 %	4090,2
	Buchhaltung	0	0,00 %	2068,4
	Extraktion	0	0,00 %	258,1
Bad Apotheke	HV	463,5	4,30 %	10858,9
	Backoffice	702,5	14,40 %	4874,4
	<small>396 Std Psychische Erkrankung und 136 Std Behinderte</small>	170	3,49 %	
Gesamt 2020		3102	8,68 %	35752,6
Anzahl Mitarbeitende	30			
Krankstunden/Mitarbeitende	103,4	Krankstunden/Mitarbeitende ohne Schwangerschaftsausfall	76,6	
Kranktage/Mitarbeitende	12,93	Kranktage/Mitarbeitende ohne Schwangerschaftsausfall	9,58	

Nach Zahlen des Statistischen Bundesamtes lag der Durchschnitt der Krankentage im Jahr 2019 im Schnitt bei 10,9 Tagen pro Person. Wir liegen also bei weniger als 50% des Durchschnitts.

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

Für 2020 ist der Wert auf 11,2 Tage gestiegen.

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

Unter Einbeziehung des Ausfalls während der Schwangerschaft lagen wir 2020 etwa im Bundesdurchschnitt, wenn man diese Fehltagelagen außer acht lässt, lagen wir etwa 20% unter dem Bundesdurchschnitt.

- **Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle:** Im Jahr 2020 ist eine Mitarbeiterin die Treppe hinuntergefallen und hat sich den Arm und das Handgelenk gebrochen. Sie ist für 2,5 Monate ausgefallen.

- **in Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden:** Von ca 60 Mitarbeitenden in den Jahren 2018 – 2019 haben 2 Mitarbeitende eine Reha gemacht, eine über 6 Wochen und die andere über 4 Wochen, und ein Mitarbeitender einen einwöchigen Retreat in einem Kloster, in 2020 fielen keine Maßnahmen an.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

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

Berichtsfragen

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

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

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

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

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

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

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

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

Verifizierungsindikatoren

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

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

Altersverteilung: 2019: 20-30 Jahre: 18, 31 – 40 Jahre: 16, 41 – 50 Jahre: 14, 51 – 60 Jahre: 15, älter als 60 Jahre: 6 und in 2020: 20-30 Jahre: 3, 31 – 40 Jahre: 7, 41 – 50 Jahre: 9, 51 – 60 Jahre: 9, älter als 60 Jahre: 2

Geschlecht: 2019: 11m, 48w sowie 2020: 6m, 24w

Migrationshintergrund: In 2019 sind 21 von 60 Mitarbeitenden nicht in Deutschland geboren, in 2020 waren es 10 von 30 Mitarbeitenden

- in Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro mitarbeitender Person
diesen Parameter haben wir nicht gesondert erfasst. Geschätzt haben ca 20% der Mitarbeitenden Gesundheitskurse belegt.

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

- Anzahl von Väter- bzw. Mütterkarenz in Monaten

	2018	2019	2020
Mutterschutz	4	5	0
Elternzeit	6	6	0
Wiedereinstieg nach Elternzeit	3	0	0

- nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/Fluktuationen
Für 2019 :

Alter Einstellung: <20: 1, 20-30: 11, 30-40: 0, 40-50: 2, 50-60: 0, > 60: 0

Alter Austritt: <20: 0, 20-30: 9, 30-40: 2, 40-50: 3, 50-60: 2, >60: 3

Geschlecht, Einstellung: 10w, 4m

Geschlecht, Austritt: 15w, 4m

Migrationshintergrund, Einstellung: 5 Mitarbeitende

Migrationshintergrund, Austritt: 4 Mitarbeitende

Für 2020:

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

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

Geschlecht, Einstellung: 3w, 1m

Geschlecht, Austritt: 0w, 3m

Migrationshintergrund, Einstellung: 1 Mitarbeitende

Migrationshintergrund, Austritt: 2 Mitarbeitende

C1.4 Negativaspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfragen

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

nirgends

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

keine

Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

Über Teambesprechungen

Verifizierungsindikatoren

Statement von Betriebsrat und/oder Personalabteilung zu diesen Fragen:

es gibt keinen Betriebsrat

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

keine

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

keine

C 2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Unsere Werte in diesem Bereich: Zusammenarbeit, Fairness, Verantwortung

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Berichtsfragen

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

Alle Mitarbeitenden erhalten Ihr Gehalt mindestens nach dem Bundestarifvertrag für Apothekenangestellte. Der Vertrag ist öffentlich einsehbar.

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

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

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

Freiwillige Bonuszahlung werden im Leitungsteam ausgehandelt, in dem neben dem Apothekenleiter fünf Mitarbeitende anwesend sind, ab 2021 ist das gesamte Team an der Diskussion beteiligt. Dieses Verfahren wurde erstmals im Jahr 2018 für das Jahr 2017 angewendet.

Verifizierungsindikatoren

Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung)

2020 (Brutto- zahlen)	Niedrigstes Monatsgehalt nach Tarif	niedrigster Stundenlohn nach Tarif	Höchstes Monatsgehalt nach Tarif	höchster Stundenlohn nach Tarif	niedrigster Stundenlohn bei uns	höchster Stundenlohn bei uns
PKA	1840 €	10,61 €	2253 €	12,99 €	13,10 €	18,75 €
PTA	2117 €	12,21 €	2742 €	15,81 €	13,23 €	18,28 €
Apotheker: innen	3529 €	20,36€	4279 €	24,69€	22,06 €	29,88 €
Kosmetikerin		9,35 €			12,98 €	12,98 €
Putzfrauen		9,35 €			11,35 €	11,35 €
Hausmeister		9,35 €			14,71 €	14,71 €

Innerbetriebliche Spreizung 2019: 1:3,25, 2020: 1: 2,63

Medianverdienst 2019: 15,45€/h, dies entspricht einem Monatsbrutto von 2678€, 2020 lag der Medianverdienst bei 14,08€/h dies entspricht einem Monatsbrutto von 2440,53€

Standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“ (für alle Betriebsstandorte): hierfür liegen uns keine Vergleichszahlen vor. In einer Bilanz haben wir hierfür einen Betrag von 1500.-€ gefunden, wobei wir nicht wissen, auf welcher Quelle dieser Wert basiert.

Wir selber halten einen Bruttogehalt von unter 2000.-€ für unsere Region für problematisch.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Berichtsfragen

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?

Die Planung und Erfassung der Arbeitszeiten erfolgt über das Personalplanungsprogramm mep24. Hier werden auch alle Überstunden erfasst. Die Filialleiter:innen haben die Aufgabe, dafür zu sorgen, dass im Laufe des Jahres angefallene Überstunden möglichst zum Jahresende wieder abgebaut sind.

Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

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

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

Wir versuchen, den Mitarbeitenden Möglichkeiten zu schaffen, sich gesellschaftlich zu engagieren. Einige unserer Mitarbeitenden engagieren sich in der Fort- und Weiterbildung, sind als LehrerInnen an der PTA-Schule tätig oder engagieren sich in der Kammerarbeit. Für ihre speziellen zeitlichen Bedürfnisse schaffen wir vorrangig Platz im Arbeitsplan.

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

Jede MitarbeiterIn hat das Recht, Wünsche bezüglich der individuellen Arbeitszeit zu äußern. Da wir viele Mütter haben, die gerne in Teilzeit arbeiten, gibt es verständlicherweise auch viele Wünsche. In der Regel versucht die Filialleitung, einen Kompromiss zu finden. Wenn es zu größeren Problemen kommt, dann findet eine Teambesprechung zum Thema Verteilung der Arbeitszeiten statt.

Verifizierungsindikatoren

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit: 40 Stunden

Tatsächlich geleistete Überstunden: 2018: 1038 Stunden bei 56.200 Gesamtstunden (1,9%), 17,3 Stunden pro Person

2019: 581 Stunden bei 62400 Gesamtstunden (0,92%), 11 Stunden pro Person

2020: 653,58 Stunden bei 33270 Gesamtstunden (1,96%), 24 Stunden pro Person

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

Berichtsfragen

Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

In unseren Apotheken gibt es Verträge von 5 Wochenstunden bis zu 40 Wochenstunden, abhängig in erster Linie von den Bedürfnissen der Mitarbeitenden. Es ist offensichtlich, dass durch mehr Teilzeitangestellte mehr Reibungsverluste im Betrieb entstehen. Aber wir wollen es Eltern ermöglichen, nach einer Schwangerschaft auch in einer beliebigen Teilzeit wieder in den Beruf einzusteigen und füllen die restlichen notwendigen Stunden mit neuen Teilzeitkräften auf. Der betriebliche Aufwand ist zum Teil erheblich und es erzeugt auch immer wieder Frust, wenn Arbeitsgebiete neu übergeben und eingelernt werden müssen. Aber wir setzen darauf, dass das Gefühl der Solidarität auf diese Weise am besten wachsen kann, weil alle Mitarbeiter:innen in dem Wissen arbeiten können, dass sie in einer entsprechenden persönlichen Lage ebenfalls von diesen Regelungen profitieren.

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

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

Verifizierungsindikatoren

Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle:

Arbeitszeiten pro Woche sind von 8 bis 40 Stunden in fast jeder Abstufung vorhanden. Wir führen Jahresarbeitszeitkonten, so dass recht flexibel auf verschiedene Gegebenheiten eingegangen werden kann. In Abstimmung mit den Anforderungen des Betriebes sind viele verschiedene Arbeitszeiten über den Tag verteilt möglich. Es gibt Personen, die nur vormittags arbeiten, andere vermehrt nachmittags. Manche haben ganze Tage frei oder arbeiten nur an einzelnen Tagen.

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

Da die Filialleitungen aus gesetzlichen Gründen mindestens 35 Stunden pro Monat arbeiten müssen, sind dort keine Teilzeitmodelle möglich, die Wochenstunden können aber sehr flexibel eingeteilt werden.

C2.4 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

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

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

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

Keine.

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

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

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

Wir haben keine ZeitarbeiterInnen.

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

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

Verifizierungsindikatoren

- **standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“:** Wir definieren ihn als 2000.-€ Monatsbrutto. Das Gehalt nach Tarifvertrag liegt für alle unsere Mitarbeitenden darüber.
- **Gewinn:** s.o.
- **Mitarbeitendenanzahl:** effektiv 60, im Jahr 2020: 30
- **Höchst- und Mindestverdienst:** s.o.
- **Anzahl der Pauschalverträge:** 0

- Anzahl der Null-Stunden-Verträge: 0
- Mindest- und Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden: keine Zeitarbeitsverträge
- Anzahl aller Beschäftigten (inkl. der Zeitarbeitenden): s.o.
- Anzahl der Zeitarbeitenden: 0
- Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen: 6-12 Monate bei Praktikant*innen, bis zu 24 Monate bei Schwangerschaftsvertretungen
- Anteil von befristeten Arbeitsverträgen: 4 von 60 im Berichtszeitraum 2019, 2 im Jahr 2020
- Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen: keine

C 3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

Unsere Werte in diesem Bereich: Achtsamkeit, Verantwortung

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Berichtsfragen

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

Wir stellen unseren Mitarbeitenden Milch, Kaffee, Tee, Zucker aus biologischem Anbau und fairem Handel und Wasser von regionalen Quellen in Glasflaschen zur Verfügung. Bei Verpflegungen für interne Fortbildungen und bei Betriebsfeiern achten wir darauf, dass die Produkte ebenfalls aus biologischem Anbau und möglichst vegetarisch sind.

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

Wir haben keine Kantine. In den Apotheken gibt es jeweils die Möglichkeit, Lebensmittel zu lagern und aufzuwärmen. Kochmöglichkeiten existieren nicht.

Verifizierungsindikator

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

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Berichtsfragen

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

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

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

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

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

Die Apotheke übernimmt die Kosten für den Transport mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Außerdem bietet die Apotheke ihren MitarbeiterInnen die Nutzung eines geleasteten E-Bikes als Jobrad an. In drei Apotheken wird für Botenfahrten ein E-Bike genutzt, in der Bad-Apotheke werden die Auslieferungen mit einem Elektrofahrzeug gemacht.

Verifizierungsindikator

Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß: 2019: 4 von 60 Personen kommen zu Fuß, 2 kommen immer mit dem Rad und 2 Personen gelegentlich, 2 kommen immer mit dem Bus und 1 Person gelegentlich mit der Bahn, 51 kommen mit dem Auto. Die Bewertung findet statt in unserer CO2-Bilanz.

Im Jahr 2020:

9 von 30 Personen kommen zu Fuß, 2 Personen kommen gelegentlich mit dem Rad, 21 kommen mit dem Auto. Die Bewertung findet statt in unserer CO2-Bilanz.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Berichtsfragen

Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?

Im Betrieb achten wir auf Müllvermeidung, den Einkauf von Büromaterial mit Ökosiegeln, eine über die normalen Anforderungen hinausgehende Mülltrennung (Kunststoff und Aluminium im Direktrecycling, Kunststoffdeckel und Kronkorken für Spendenaktionen). Zudem erstellen wir eine CO2-Bilanz, die im Betrieb besprochen wird.

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

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

Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?

Bestimmte Aspekte und Handzettel werden in den Mitarbeiterbesprechungen angesprochen.

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

Wir setzen darauf, dass das gute Beispiel und das Tun in der Apotheke auch auf das private Umfeld abfärbt. Außerdem versenden wir den Utopia-Newsletter und weitere Informationen zu unterschiedlichen ökologischen Themen in die Filialen.

Verifizierungsindikatoren

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten in %: 100

Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden in%: 100

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

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

Berichtsfrage

Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

Es gibt KEINE Geschäftsfahrzeuge der sogenannten Oberklasse

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

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

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

C 4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Unsere Werte in diesem Bereich: Zusammenarbeit, Wertschätzung, Verantwortung

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Berichtsfragen

Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?

Alle betriebsrelevanten Daten sind in Form der Betriebswirtschaftlichen Auswertungen für die Mitarbeitenden ebenso zugänglich wie Kundenfrequenzen und Personaleinsatz. Über die Entscheidungen im Leitungsteam werden ebenso Protokolle gefertigt und in der internen Cloud veröffentlicht wie über die Teambesprechungen in den Filialen. Alle Arbeitsanweisungen sind über das QM-System geregelt und öffentlich.

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

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

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

Nur Unterlagen von Mitarbeitenden, die dem Datenschutz unterliegen.

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

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

Verifizierungsindikator

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

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Berichtsfragen

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

Führungskräfte können in Apotheken nicht von unten gewählt werden, weil die Qualifikationen für eine Filialleitung nur von ApothekerInnen erfüllt werden. In der Regel werden die Filialleitungen vom Chef ausgesucht. Wenn mehrere Möglichkeiten zur Verfügung stehen, wird das Leitungsteam in die Entscheidung mit einbezogen.

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

Die Mitarbeitenden haben jederzeit die Möglichkeit, bei Problemen mit den Filialleitungen direkt den Kontakt zum Chef zu suchen. In den jährlichen Entwicklungsgesprächen mit den einzelnen MitarbeiterInnen wird die Zufriedenheit mit der Leitung abgefragt. Die Gespräche werden dokumentiert und dienen als Ideengeber für Veränderungen.

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

Sollte es Beschwerden über die Filialleitungen geben, würde eine Teambesprechung zu diesem Thema einberufen werden, wie immer, wenn es größere Kommunikationsstörungen im Team gibt.

Verifizierungsindikator

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Gespräch/Mitgestaltung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden. 0%

C 4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?

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

Die Eigenverantwortung soll ebenfalls über die Aussprache in den Teambesprechungen gestärkt werden.

Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?

Ein Teil der Mitarbeitenden nimmt die Aufforderung zur Partizipation sehr gerne auf und beteiligt sich verantwortungsbewusst. Ein anderer Teil möchte lieber nur gestellte Aufgaben erledigen. Schwierig ist es dann, wenn bestimmte Abläufe nicht gut funktionieren oder Personen nicht

harmonieren und dann nach dem Chef gerufen wird, der eine Entscheidung treffen soll. Dies ist wahrscheinlich eine Lebensaufgabe.

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

Hinweise bei der Einstellung, in den Teambesprechungen und bei den jährlichen Mitarbeitendengesprächen. Aber die Einsicht und der Wille muss bei den Mitarbeitenden vorhanden sein, zwingen kann man niemanden.

Verifizierungsindikator

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %): 80%

C4.4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfragen

Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?

Es gibt keinen Betriebsrat, weil der Betrieb zu klein für dieses Gremium ist. Unsere Hierarchie ist so flach, dass alle aufkommenden Themen direkt besprochen werden können.

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

Regelmäßige Mitarbeitendengespräche mit den Inhalten: Zufriedenheit mit Arbeitsplatz, KollegInnen, Unternehmensleitung und Gehalt, quartalsmäßige Treffen des Leitungsteams (bis Ende 2018) und vier- bis sechswöchentliche Teambesprechungen

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

Wir haben das Thema im Leitungsteam diskutiert, sind aber nicht auf Interesse gestoßen.

Verifizierungsindikator

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

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

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

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Berichtsfragen

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

Neukunden gewinnen wir über unsere informativen Monatsflyer, die im Umkreis um die Apotheken verteilt werden (Paderborn), über unserer Anzeigen im Wochenblatt (Steinheim und Bad Meinberg) über Vorträge bei Seniorengruppen und Selbsthilfegruppen, Anzeigen in Vereinsblättern, unsere Homepage und Mund-zu-Mund-Propaganda.

Stammkunden bekommen bei uns in zwei Apotheken individuelle Geburtstagskarten zu runden Geburtstagen ab dem 60. Außerdem kommen sie in den Genuss einer besseren pharmazeutischen Beratung, weil automatisiert ihre Medikamente bei uns gespeichert werden und bei jedem neuen Medikament ein Wechselwirkungscheck zur Bestandsmedikation abläuft.

Im Gespräch machen wir keinen Unterschied zwischen Neu- und StammkundInnen. Alle werden gleich behandelt.

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

Wir machen keine Vorgaben für Umsatzziele und geben auch keine Provision an Mitarbeitende für erzielten Umsatz oder Abgabe von Packungen.

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

Wir empfehlen Produkte nach den Kriterien, die wir im QM-Handbuch festgehalten haben. Hierbei gelten ausschließlich pharmazeutisch-ethische Aspekte. Grundlage der ethischen Aspekte sind die Werte unseres Leitbilds, über die wir jährlich sprechen.

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

Wünsche von KundInnen erfüllen wir im Rahmen des ethisch Möglichen. KundInnen werden ausführlich beraten, nötigenfalls raten wir auch vom Kauf bestimmter Produkte mit einer entsprechenden Begründung ab. Wenn KundInnen von uns empfohlene Produkte zurückbringen, werden sie ohne Diskussion zurückgenommen und voll erstattet.

Verifizierungsindikatoren

Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen: Wir haben kein festes Budget, feste Bestandteile der Werbung sind die Kundenzeitungen, Anzeigen in der Wochenzeitung und in verschiedenen Vereinsblättchen und die Erstellung von Flyern mit Angeboten, diese Ausgaben belaufen sich auf eine Summe zwischen 54.000€ (2018), 38.000€ (2019) und 21.000€ (2020) und sind in diesem Zeitraum von 0,56% des Umsatzes über 0,38% auf 0,34% gesunken. Die deutliche Reduzierung von 2018 auf 2019 entstand durch den Umstieg von verteilten Flyern (bzw. Reduzierung in Paderborn) auf Anzeigen in der Wochenzeitung in Steinheim und Bad Meinberg

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

interne Umsatzvorgaben vonseiten des Unternehmens: ja/nein? NEIN

D1.2 Barrierefreiheit

Berichtsfragen

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

Für die richtige Auswahl und Anwendung von Arzneimitteln ist ein gewisser Grad an fachlichem Wissen nötig, der eine Beratung in vielen Fällen sinnvoll macht. Deswegen sind die Vor-Ort-

Apotheken so wichtig, weil sie diesen Service bei jedem Kauf offensiv anbieten. Die Internet-Apotheke reduziert die Beratungsleistung als kostenintensive Dienstleistung so weit als irgend möglich und gesetzlich gerade noch vertretbar.

In der Apotheke vor Ort, speziell in unseren Apotheken, versuchen wir, im Kundengespräch physische, visuelle, technische, sprachlich-kulturelle, intellektuelle und finanzielle Hürden so gut wie möglich zu berücksichtigen und wenn möglich zu beseitigen. Zum Zeitpunkt Ende 2020 hatten wir folgende Sprachen im Team vertreten: Deutsch, Englisch, Italienisch, Türkisch, Kurdisch, Arabisch, Serbisch, Albanisch und Russisch.

Unsere Apotheken sind alle telefonisch gut erreichbar. Wenn die Anfrage nicht sofort bearbeitet werden kann, erfolgt zuverlässig ein Rückruf durch kompetente MitarbeiterInnen.

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

Kompressionsstrümpfe (Schwerpunkt in der Bad-Apotheke) messen wir auch im Hausbesuch. Auf Kundenwunsch holen wir Rezepte bei Arztpraxen ab und liefern die Medikamente nach Hause. Beide Dienstleistungen sind für die KundInnen kostenlos.

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

Welche benachteiligten Kund*innengruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?

Ältere Menschen (AMTS, geriatrisches Medikationsmanagement), Kunden mit Sprachschwierigkeiten (viele Sprachkenntnisse), Kunden mit Bewegungseinschränkungen (barrierefreier Zugang mit Automatiktüren in allen vier Apotheken, Autoschalter in zwei Apotheken, Botendienst in allen vier Apotheken) und natürlich Kranke.

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

Verifizierungsindikator

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

Unter dem Aspekt Alter sind es je nach Apotheke zwischen 19 und 38% der Kund*innen, die über 70 Jahre alt sind.

Sprachschwierigkeiten haben etwa 5% unserer Kund*innen.

Kund*innen mit Bewegungseinschränkungen sind es je nach Apotheke zwischen 3 und 15%.

D1.3 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

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

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

Berichtsfragen

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

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

keine

Verifizierungsindikator

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

0%

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Unsere Werte in diesem Bereich: Zusammenarbeit, Hilfsbereitschaft

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

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

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

Unsere Kooperationen:

HanfZeit: Entwicklung und Vertrieb von Cannabis-Produkten sowie Analytik von Cannabinoiden

Sanitas: Entwicklung und Vertrieb von Nahrungsergänzungsmitteln

MYCB1: Entwicklung von cannabishaltigen Extrakten

HeilpraktikerInnen und Ärzte: Entwicklung von Spezialrezepturen, Lohnverstellung von Nahrungsergänzungsmitteln, Unterstützung bei der Verordnung von Cannabis-Rezepturen

ApoClassic: Austausch von apothekenrelevanten Informationen und gegenseitige Hilfestellung

Ribbeck-Apotheke Potsdam: gemeinsamer Einkauf von Rohstoffen und Entwicklung von Nahrungsergänzungen

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

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

In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?

In allen oben genannten Kooperationen gibt es einen vollständigen Informationsaustausch.

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

Die Branchenstandards in Apotheken sind per se sehr hoch. Wir beteiligen uns an allen angebotenen Ringversuchen zur Qualitätssicherung und entwickeln die pharmazeutische Betreuung von Bewohnern in Senioreneinrichtungen aktiv weiter durch aktives Medikationsmanagement aller Menschen, die mehr als vier Medikamente einnehmen.

Die Ringversuche sind von den Apothekerkammern initiiert und werden vom Zentrallabor der Apotheker in Eschborn durchgeführt. Wir können dort freiwillig an bis zu drei Ringversuchen

teilnehmen. Dafür bekommen wir die Aufgabe, eine vorgegebene Rezeptur herzustellen und samt Dokumentation einzusenden. Die Rezepturen werden dann auf Gehalt analysiert, die Plausibilität der Herstellung geprüft sowie die Dokumentation und Etikettierung. Abschließend gibt es einen Bericht.

Verifizierungsindikatoren

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

Wir schätzen die Zeit für **Entwicklungsarbeit** im Jahr 2019 mit 10% der Arbeitszeit von Albrecht Binder und 70% der Arbeitszeit von Mathias Vogel sowie 20% der Arbeitszeit von Gülsah Aydin und 30% der Arbeitszeit von Anastasi Gjoka. Außerdem fallen etwa 5% der PTA-Arbeitszeit in diesen Bereich. Das sind zusammen 1600 Arbeitsstunden im Jahr. Dies entspricht etwa 3% aller Arbeitsstunden und etwa 25% der gesamten Zeit für Herstellung von Produkten in unseren Apotheken. In 2020 sind Mathias Vogel und Anastasi Gjoka zu MYCB1 gewechselt und helfen nun andererseits mit Stunden in der Apotheke aus. Die Zeit für Entwicklung in der Apotheke in 2020 betrug etwa 4,2% aller pharmazeutischen Arbeitsstunden.

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

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

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

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

- **Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards:** Betreuung von Bewohnern von Senioreneinrichtungen und entsprechende Schulungen der MitarbeiterInnen der Einrichtungen
- **aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying):** Mitarbeit in der Kammerversammlung durch einen unserer Apotheker sowie ehrenamtliche Tätigkeit als Revisorin für Apotheken durch eine andere Mitarbeiterin
- **Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards:** Lehrtätigkeit an der PTA-Schule durch zwei ApothekerInnen, Ausbildung von PTA's (2 im Jahr 2018 und 1 im Jahr 2019), einer PKA (2019), PharmaziepraktikantInnen (3 in 2018 und 2 in 2019) sowie ApothekerInnen unter Aufsicht (1 in 2018 und 3 in 2019 und 2020)

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfrage

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

Großhandel: Solidaritätsbeitrag für Öffentlichkeitsaktion: 2400€/a

HanfZeit: Entwicklungsarbeit und Analyse-Arbeit

MYCB1: Entwicklungsarbeit

Verifizierungsindikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen

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

Wir haben nicht direkt Mitarbeitende weitergegeben sondern Personalzeit in unserem Unternehmen investiert.

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

Wir haben nicht direkt Mitarbeitende weitergegeben sondern Personalzeit in unserem Unternehmen investiert.

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen

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

keine

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

keine

Wie hoch ist die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen

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

keine

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

keine

Die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen in der Form der Überlassung von Mitarbeitenden ist im Apothekenbereich absolut unüblich. Wenn wir eine Anfrage gehabt hätten, dann hätten wir gerne geholfen. Ebenso gab es keinerlei Anfrage von befreundeten Unternehmen nach finanzieller Unterstützung in einem Engpass.

D2.3 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

Berichtsfragen

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

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

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

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

Verifizierungsindikatoren

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

NEIN

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

NEIN

Werden geheime/verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?

NEIN

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

NEIN

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

NEIN

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Unsere Werte in diesem Bereich: Achtsamkeit, Hilfsbereitschaft, Verantwortung

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

Berichtsfragen

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

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

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

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

Zu Arzneimitteln gibt es in aller Regel keine Alternativen.

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

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

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

Berichtsfragen

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

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

Wir unterstützen ganzheitliche Ansätze im Gesundheitswesen, in dem wir auf die Bedeutung der Psyche in Gesundheit und Krankheit hinweisen und in unserem Seminarzentrum bis 2019 Raum gaben für Kurse in diesem Bereich. In den Jahren 2018 fanden dort Kurse statt in den Bereichen Yoga und Qi Gong. 2019 wurde der Betrieb des Seminarzentrums eingestellt (s.o.). Weiterhin empfehlen und unterstützen wir aber entsprechende Angebote von örtlichen Anbieter:innen durch die Auslage von deren Informationsmaterial.

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

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

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

zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese? Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

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

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

D3.3 Negativaspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

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

In keinem Bereich

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

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

D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund*innenmitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Berichtsfragen

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

Der Großteil unserer Produkte wird unseren Kund*innen von Ärzt*innen verordnet und wir bemühen uns, unser Warenlager so zu organisieren, dass wir möglichst sofort lieferfähig sind. Bei der Auswahl unserer nicht verschreibungspflichtigen Produkte haben unsere Kund*innen ein sehr großes Mitspracherecht.

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

Die systematischen Aufnahmen von Kundenfeedback erfolgt über unser Teambesprechungsformular, auf dem wir Kundenlob und Kundenkritik erfassen und dann bei der monatlichen Teamsitzung besprechen.

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

Auf Anfrage

Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Gar nicht

Verifizierungsindikatoren

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

Im Berichtszeitraum 1 Produkt, Umsatz haben wir damit erst ab 2020 generiert

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

D4.2 Produkttransparenz

Berichtsfragen

Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?

Komplett, wie bei Arzneimitteln vorgeschrieben

Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?

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

Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?

Für Arzneimittel gilt die Arzneimittelpreisverordnung. Dadurch lässt sich bei verschreibungspflichtigen Arzneimitteln (ca.85% des Umsatzes) genau berechnen, welcher Anteil am Preis auf den Staat (19%MwSt), die Apotheke, den Großhandel und auf den Hersteller entfällt.

Weitere Infos unter:

file:///C:/Users/Binder/AppData/Local/Temp/ZDF_21_30_Preisbildung_bei_Fertigarzneimitteln-1.pdf

und

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

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

nichts

Verifizierungsindikatoren

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

100%

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

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

Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen

ist nicht nachprüfbar.

D4.3 Negativaspekt: Kein Ausweis von Gefahrstoffen

Berichtsfragen

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

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

Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

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

Verifizierungsindikator

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

0%

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Unsere Werte in diesem Bereich: Verantwortung

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

Berichtsfragen

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

1: Lebenserhaltung / Gesundheit / Wohlbefinden → Medikamente

2: Schutz / Sicherheit → Pflegehilfsmittel wie Desinfektionsmittel

4: Verstehen / Einfühlung → Beratung

5: Teilnehmen / Geborgenheit → Beratung / Vorträge / Seminare

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

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

Keine. Unsere Kosmetikserien liegen im unteren Preissegment. Wenn man sich auf den Standpunkt stellt, dass Kosmetik nicht lebensnotwendig ist, dann ist selbst die preiswerteste Kosmetik Luxus.

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

Gesunderhaltung und Wiederherstellung der Gesundheit

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

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

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

- **erfüllte Bedürfnisse:**
 - **Grundbedürfnisse:** 99 %
 - **Statussymbole bzw. Luxus:** 1 %
- **dient der Entwicklung...**
 - **der Menschen:** 100 % von den Dienstleistungen
 - **der Erde/Biosphäre:** 0 %
- **löst soziale oder ökologische Probleme laut UN-Entwicklungszielen:**
 - SDG 3: Gesundes Leben für alle
 - SDG 4: Bildung für alle: Wissensvermittlung in Vorträgen und Seminaren und in individuellen Beratungsterminen schafft die Grundlagen für kompetente Entscheidungen.

- SDG 11: Nachhaltige Städte und Siedlungen: Einsatz für die GWÖ und das Erstellen der Bilanzen ist Modell für weitere Betriebe und Kommunen in der Region.
- **Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:**
 - **Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen:** Mehrfachnutzen, weil wir Zusammenhänge zwischen Krankheiten, der eigenen Gesundheitsfürsorge und dem Thema Nachhaltigkeit/GWÖ herstellen
 - **hemmender bzw. Pseudo-Nutzen:** 0%
 - **Negativnutzen:** 0%

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

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

Gesunde Menschen können sich einsetzen für das Gemeinwesen. Insofern helfen Arzneimittel indirekt, das Gemeinwesen zu stärken. Durch die Kurse im Seminarzentrum (bis 2018) kommen die Teilnehmer*innen zu mehr Gelassenheit und Ausgeglichenheit, was sich ebenfalls positiv auf die Gemeinschaft auswirkt. Weiterhin empfehlen wir entsprechende Angebote von örtlichen Anbieter:innen.

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

Durch das Seminarzentrum, welches der St. Rochus Apotheke angegliedert ist, wurden Menschen angesprochen, die sich für Yoga, Meditation, Chi Gong, Autogenes Training u.ä. interessieren. Wir unterstützen die KursleiterInnen bei der Werbung. Seit 2019 wurde der Betrieb eingestellt. Weiterhin weisen wir auf den positiven Effekt solcher Methoden hin und halten Flyer verschiedener Anbieter*innen bereit.

Ferner versuchen wir die Mitarbeitenden zu motivieren, auf ihre Gesunderhaltung in ganzheitlicher Sicht Sorge zu tragen.

Außerdem halten wir regelmäßig Vorträge in Seniorengruppen und Selbsthilfegruppen (ca.6 pro Jahr) und engagieren uns sehr stark für die Verbreitung der GWÖ (ca.10 Vorträge pro Jahr und zahllose Gespräche mit Unternehmen und Politiker*innen). Die GWÖ-Aktivitäten fanden auch in 2020 als Video-Konferenzen statt, die Vor-Ort-Aktivitäten fielen coronabedingt aus.

Zusätzlich verbreiten wir Gesundheitsinformationen über unsere Flyer.

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

Die oben genannten Kurse bewirken eine Einstellungsänderung und eine Lebensstiländerung hin zu mehr Eigenverantwortung und einem gesunden Lebensstil. Die GWÖ-Aktivitäten haben dazu beigetragen, dass sich beispielsweise in Paderborn eine Regionalgruppe gegründet hat und die GWÖ bei einigen politischen Diskussionen gut präsentiert war.

Verifizierungsindikatoren

Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr

Kundenvorträge : 6 über Gesundheitsthemen, 10 über GWÖ (2019), 10 über GWÖ (2020)

Yogakurse 1

Chi Gong 2

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

400 Besucher*innen der Seminare und Vorträge

ca.15.000 Haushalte erhalten monatlich unsere Flyer oder die Anzeigen

E1.3 Negativaspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

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

Keine

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

Keine

Verifizierungsindikatoren

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen

0%

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

0%

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Unsere Werte in diesem Bereich: Ehrlichkeit, Verantwortung

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Berichtsfragen

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

Wir zahlen alle Steuern, Abgaben und Sozialversicherungsbeiträge.

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

Keine

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

Wir haben 2018 45 und 2019 51 sozialversicherungspflichtig angestellte Mitarbeitende. Davon waren in beiden Jahren 7 im Minijob. Einige Mitarbeitende sind im Mutterschutz, deswegen sind hier die Zahlen niedriger als oben bei der Gesamtzahl aller Mitarbeitenden.

In 2020 hatten wir 30 sozialversicherungspflichtig angestellte Mitarbeitende und 3 im Minijob.

Verifizierungsindikatoren

Erlöse: Wird beim Audit ausgewiesen

Nettoabgabenquote: Darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

- **effektiv gezahlte Ertragsteuern (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer)**
Klärung im Audit, weil sich hier Einkünfte aus anderen Betrieben mischen.
- **lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber*innen**
LSt 2018: 120.726€, SozVers.: 386.938€
LSt 2019: 118.134€, SozVers.: 393.429€
LSt 2020: 59.839€, SozVers.: 224.511€
- **Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme (Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten), abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen**
Summe 2018: 507.664€
Summe 2019: 511.563€
Summe 2020: 284.350€

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

Die Netto-Abgabenquote betrug 2018 413%, für 2019 -627% und für 2020 74%. Die hohen Schwankungen sind durch sehr hohe Spenden und Zustiftungen in 2019 und 2020 erklärlich.

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Berichtsfragen

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

Spenden / Zustiftungen 2018: 15.020€, Einsatz für die Gemeinwohlökonomie: ca. 500Std/a

Spenden / Zustiftungen 2019: 196.576€, Einsatz für die Gemeinwohlökonomie: ca. 500Std/a

Spenden / Zustiftungen 2020: 51.750€, Einsatz für die Gemeinwohlökonomie: ca. 500Std/a

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

Aus all diesen Maßnahmen ziehen wir keinen finanziellen Eigennutzen

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

Der Einsatz für die Gemeinwohlökonomie verändert die Diskussion und beschleunigt den Weg in Richtung einer nachhaltigen Gesellschaft. Die Stadt Steinheim hat sich im Jahr 2018 auf den Weg zu einer Gemeinwohlbilanzierung gemacht. 2020 erstellte die Stadt Steinheim als erste Stadt weltweit eine Gemeinwohlbilanz. Brakel und Willebadessen folgten.

Durch die Einrichtung der Stiftung Gemeinwohl-Ökonomie NRW (Ende 2017 gegründet), hat sich dieses Engagement auf weitere Städte des Kreise ausgebreitet. Im Jahr 2019 haben fünf Betriebe im Kreis Höxter ihre Gemeinwohlbilanzierung begonnen, vier weitere folgten 2020.

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

Das Thema GWÖ ist in unserer Region mittlerweile fest verankert und übt zunehmend Einfluss auf die politische Diskussion aus.

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

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

Verifizierungsindikator

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

Bezogen auf die Gesamtarbeitszeit im Betrieb haben wir 2018 und 2019 2% und 2020 4% der Gesamtarbeitszeit als freiwillige Leistung erbracht.

E2.3 Negativaspekt: Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfrage

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

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

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

Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen? Nein.

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

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

Ja.

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

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

Nicht notwendig.

Verifizierungsindikatoren

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

Nein.

E2.4 Negativaspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfragen

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

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

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

Nicht notwendig

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

Es gibt beruflicherseits keine Notwendigkeit für solche Kontakte.

Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?

Keine.

Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?

Keine.

Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?

Durch Vorbild.

Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?

Nicht notwendig.

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

In Teambesprechungen und im Leitungsteam. Daraus folgende Regelungen werden in Teambesprechungen kommuniziert.

Verifizierungsindikatoren

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?

Nicht notwendig, da keine erfolgt.

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

Nicht notwendig, da keine erfolgt.

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

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

Es gibt die Vorgabe, dass wir pro Jahr 12.000€ für soziale und gesellschaftliche Zwecke spenden. Hierbei haben die Mitarbeitenden sehr großes Mitspracherecht, welche Organisationen profitieren.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Unsere Werte in diesem Bereich: Achtsamkeit, Verantwortung

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management und Strategie

Berichtsfragen

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

- klimawirksame Emissionen (CO₂, N₂O, CH₄, ...)
siehe CO₂-Bilanz
- Feinstaub und anorganische Emissionen
keine Emissionen
- Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
keine Emissionen
- Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO_x, SO_x, CO₂)
keine Emissionen
- Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x)
keine Emissionen
- ionisierende Strahlung
keine Emissionen
- Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
keine Emissionen
- Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung): keine Emissionen

- **Landverbrauch**
nicht durch uns
- **Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenschöpfung)**
Wasser nur im üblichen Rahmen des Apothekenbetriebes für Toiletten, Spülwasser und Trinkwasser

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

Wir erstellen eine CO₂-Bilanz

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

Bezogen auf die Mitarbeitenden ist der Ausstoß von 2,5 to CO₂ in 2015 über 1,96 to CO₂ in 2018 auf 1,57 to CO₂ in 2019 gesunken. 2020 hatten wir einen Ausstoß pro MitarbeiterIn von 1,78 to CO₂. Die Erhöhung pro Mitarbeitende ist zurückzuführen auf die Energiekosten für den Seminarbereich, der im Jahr 2020 noch bestand, aber nicht mehr genutzt wurde, auf neue Mitarbeitende in der Bad-Apotheke mit Fahrtweg sowie auf den höheren Verbrauch bei Fahrten und Dienstreisen. In 2021 Wird der Wert wieder sinken durch den Einsatz von mehr E-Fahrzeugen.

Ziel für die nächste Bilanzperiode ist es, durch Umstellung auf klimaneutrales Gas für die Heizung den CO₂-Fußabdruck weiter zu senken und für die verbleibenden Emissionen Zertifikate zu kaufen.

Außerdem wollen wir weiter Einfluss nehmen auf die Mobilitätsarten unserer Mitarbeitenden und des Großhandels.

Verifizierungsindikatoren (Angaben für 2019)

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

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

Emissionen 2018

	St. Rochus Apo.	Seminarzent rum	Bad-Apo.	Apo. im FAZ	Delphin- Apo.	Summe Bereich
Gebäude	4.346,0 kg CO ₂ e	938,2 kg CO ₂ e	9.465,9 kg CO ₂ e	13.707,9 kg CO ₂ e	6.162,0 kg CO ₂ e	34.620 kg CO ₂ e
Fahrten u. Dienstreisen	4.962,1 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	310,8 kg CO ₂ e	422,8 kg CO ₂ e	1.625,1 kg CO ₂ e	7.321 kg CO ₂ e
Arbeitswege	5.840,7 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	9.615,7 kg CO ₂ e	9.471,1 kg CO ₂ e	1.170,9 kg CO ₂ e	26.098 kg CO ₂ e
Papier und Karton	3.783,2 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	4.370,5 kg CO ₂ e	2.561,2 kg CO ₂ e	4.631,3 kg CO ₂ e	15.346 kg CO ₂ e
Warenanlieferung Kurier- u. Versandfahrten	2.912,8 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	4.795,5 kg CO ₂ e	2.291,9 kg CO ₂ e	4.593,4 kg CO ₂ e	14.594 kg CO ₂ e
	407,5 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	1.466,9 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	787,3 kg CO ₂ e	2.662 kg CO ₂ e
Summe Standort	22.252,2 kg CO₂e	938,2 kg CO₂e	30.025,3 kg CO₂e	28.454,8 kg CO₂e	18.970,0 kg CO₂e	100.640 kg CO₂e

Emissionen 2019

	St. Rochus Apo.	Seminarzent rum	Bad-Apo.	Apo. im FAZ	Delphin- Apo.	Summe Bereich
Gebäude	4.177,8 kg CO ₂ e	1.695,5 kg CO ₂ e	5.914,8 kg CO ₂ e	116,6 kg CO ₂ e	6.297,2 kg CO ₂ e	18.202 kg CO ₂ e
Fahrten u. Dienstreisen	6.623,7 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	31,5 kg CO ₂ e	28,1 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	6.683 kg CO ₂ e
Arbeitswege	7.762,6 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	9.453,7 kg CO ₂ e	7.876,8 kg CO ₂ e	4.419,2 kg CO ₂ e	29.512 kg CO ₂ e
Papier und Karton	1.682,9 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	1.691,8 kg CO ₂ e	2.826,6 kg CO ₂ e	4.445,1 kg CO ₂ e	10.647 kg CO ₂ e
Warenanlieferung Kurier- u. Versandfahrten	2.879,9 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	4.721,6 kg CO ₂ e	2.288,6 kg CO ₂ e	4.540,0 kg CO ₂ e	14.430 kg CO ₂ e
	364,5 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	1.494,7 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	775,3 kg CO ₂ e	2.634 kg CO ₂ e
Summe Standort	23.491,5 kg CO₂e	1.695,5 kg CO₂e	23.308,0 kg CO₂e	13.136,8 kg CO₂e	20.476,8 kg CO₂e	82.109 kg CO₂e

Emissionen 2020

	St. Rochus Apo.	Seminarzentrum	Bad-Apo.	Apo. im FAZ	Delphin-Apo.	Summe Bereich
Gebäude	6.795,0 kg CO ₂ e	1.698,6 kg CO ₂ e	5.813,1 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	14.307 kg CO ₂ e
Fahrten u. Dienstreisen	6.599,5 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	393,5 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	6.993 kg CO ₂ e
Arbeitswege	7.238,3 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	6.271,8 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	13.510 kg CO ₂ e
Papier und Karton	2.085,5 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	2.127,8 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	4.213 kg CO ₂ e
Warenanlieferung	2.792,2 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	4.584,3 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	7.377 kg CO ₂ e
Kurier- u. Versandfahrten	354,7 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	1.443,7 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	0,0 kg CO ₂ e	1.798 kg CO ₂ e
Summe Standort	25.865,3 kg CO₂e	1.698,6 kg CO₂e	20.634,2 kg CO₂e	0,0 kg CO₂e	0,0 kg CO₂e	48.198 kg CO₂e

E3.2 Relative Auswirkungen

Berichtsfragen

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

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

Verifizierungsindikator

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

E3.3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfragen

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

Alle Auflagen werden eingehalten

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

Externe Überwachung durch die Gesundheitsbehörden und die Kreise.

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

keine

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

keine

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

optimal

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Unsere Werte in diesem Bereich: Respekt, Ehrlichkeit, Verantwortung

E4.1 Transparenz

Berichtsfragen

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

Wir erstellen seit 2015 regelmäßig einen GWÖ-Bericht.

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

Veröffentlichung auf der Homepage

Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?

Externes Audit

Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Internetzugang

Verifizierungsindikator

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

Ja, seit 2015

E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung

Berichtsfragen

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

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

Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

Täglich im direkten Gespräch oder telefonisch oder per email.

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

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

Verifizierungsindikatoren

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

Das hat für Apotheken keine praktische Relevanz.

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

Das hat für Apotheken keine praktische Relevanz.

E4.3 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfragen

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

Keine

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

Gar nicht

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

Gar nicht