

Gemeinwohlbilanz

der



St.Rochus-Apotheke

Albrecht Binder e.K.

Bahnhofsallee 8

32839 Steinheim

www.sankt-rochus-apo.de

mit den Filialen

Apotheke im Facharztzentrum

Mersinweg 22

33100 Paderborn

www.faz-apotheke.de



Bad-Apotheke

Parkstr.55

32805 Horn-Bad Meinberg

www.bad-apotheke-meinberg.de

Delphin-Apotheke

Detmolder Str.8

33102 Paderborn

www.delphin-apo.de



für die Jahre 2016 und 2017

Wir bilanzieren unsere Apotheke wirtschaftlich immer im Kalenderjahr, die aktuellsten Bilanzzahlen sind für das Jahr 2017 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

		Seite
	Inhaltsverzeichnis	2
1.	Testat zum Audit des Gemeinwohlberichts	3
2.	Grundlegende Informationen zu unserem Betrieb	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	9
	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	10
	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	12
	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	14
	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	15
	B4 Eigentum und Mitentscheidung	17
	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	18
	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	23
	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	27
	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	29
	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	32
	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	34
	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	37
	D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz	39
	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	41
	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	43
	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	46
	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	50

1. Testat zum Audit des Gemeinwohberichtes



**GEMEINWOHL
ÖKONOMIE** Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

Bilanzierendes
Unternehmen
mit externem Audit

Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl- Bilanz	für: St.Rochus-Apotheke
	M5.0 Vollbilanz	2016/2017	Auditor*In: Nils Wittke

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 30 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 60 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 30 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 40 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ- PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 10 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 100 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 90 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 20 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 70 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 60 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 40 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 60 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen beziehungen: 60 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 30 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 20 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 30 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 60 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 80 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 20 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 60 %

Testat gültig bis:
31. Oktober 2021

BILANZSUMME:
455

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. TestatID: mixz7
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

2. Grundlegende Informationen zu unserem Betrieb

2.1. 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.

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.



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 76,1% des Umsatzes aus. Es folgen in der Rangfolge die Mieten (1,7%), Werbekosten (0,7%), Umbaukosten (0,3%), Beratungskosten (0,3%) und Energie (0,3%).

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. Etwa 60% der bezogenen Packungen unterliegen der Verschreibungspflicht. Sie machen etwa 80% des Umsatzes aus. Hier hat die Apotheke keine Wahlmöglichkeit. Einflussmöglichkeiten hat die Apotheke bei der Auswahl der apothekenpflichtigen Medikamente (37% der Packungen und 18% des Umsatzes) und bei den apothekenüblichen Waren wie Kosmetika und Nahrungsergänzungen (3% der Packungen und 2% des Umsatzes).

Berichtsfragen

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

Als Handelsbetrieb kaufen wir fast alle Produkte zu. Nur etwa 0,5% der Arzneimittel stellen wir selber als Individualarzneimittel her.

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 haben 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.

Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Zu diesem Thema haben wir bei Herstellerfirmen angefragt, aber keine befriedigende 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.

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?

Eines der Risiken, die wir erkannt haben, ist der Fuhrpark unseres Großhändlers, der aus

Kostengründen ausgegliedert wurde. Die Fahrer werden von den Subunternehmen mindestens nach Mindestlohn bezahlt, allerdings gibt es mindestens einen Bericht, dass die Regeln nicht eingehalten werden. Wir haben die Betriebsleitung unserer Niederlassung um eine Stellungnahme gebeten. Der Niederlassungsleiter unserer Niederlassung sagte, dass der entsprechende Fall ein Einzelfall in Schwerte gewesen sei, bei dem sich ein Subunternehmer von der NOWEDA trennen wollte und deswegen schlecht über seinen Partner geäußert hat.

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.

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Keine, diese sind im Bereich der Arzneimittel und auch aller anderen apothekenpflichtig 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.

Verpflichtender Indikator

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 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.

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.

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

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 Gemeinwohlg Gesichtspunkten 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 in zweistelligen prozentualen Bereich einfahren.

Unser Großhandel hat mehrere große Kampagnen gestartet, um gemeinsam mit den Apotheken Protest einzulegen. Diese Kampagnen haben wir immer unterstützt.

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 ein Gespräch geführt mit dem Vorstand der NOWEDA und über die GWÖ informiert. Das Thema stieß auf Interesse, allerdings besteht großer Respekt vor der Wettbewerbssituation zu den anderen Großhandlungen, die in aller Regel aktienbasiert sind und deswegen noch weit mehr externen Interessen unterliegen als die Apothekergenossenschaft. Die extrem niedrige Rendite von nur etwa 0,5% lässt nach Ansicht des Vorstands auch keinen Spielraum für Experimente. Wir werden das Thema weiter im Gespräch halten, denn eine Bilanz ist auch auf der derzeitigen Basis möglich und würde die marktwirtschaftlichen Missstände ebenso klar aufzeigen wie die Einstellungen des Großhandels zur langfristigen Problemlösung.

Weitere, ausführliche Gespräche über das Thema GWÖ haben stattgefunden mit der Firma Taoasis in Detmold sowie mit unserem Heizungs- und Sanitärbetrieb Thorsten Schäfer in Billerbeck, die inzwischen ebenfalls eine GWÖ-Bilanz erstellt haben, sowie mit den Firmen Dr.Ausbüttel und Prodeco-Pharma. Informiert haben wir zusätzlich bei jeder sich bietenden Gelegenheit weitere Lieferanten von Arzneimitteln und Bedarfsmaterial.

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.

Verpflichtende Indikatoren

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 90%.

A 2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Unsere Marktmacht ist verschwindend gering. Bei unserem Hauptlieferanten sind wir einer von 8000 Kunden, bei allen anderen Lieferant*innen (Bürobedarf, Strom, Wasser, etc.) sieht es ähnlich aus. Dementsprechend trifft dieser Punkt nicht auf uns zu. Wir haben keinerlei Hinweise aus dem Kreis unserer Lieferant*innen.

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. Diese Ausnahmen (ca. 1% des Umsatzes) sind Präparate, die unser Großhandel nicht vorrätig hat bzw. wo wir ganz spezielle Vereinbarungen mit den Herstellern haben. 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: Wir erstellen 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.

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 Ausdrücke 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?

Immer wieder gibt es Berichte über Umweltsünden von Arzneistoffherstellern in China und Indien. Innerhalb der Fabriken läuft wegen der internationalen GMP-Anforderungen und der entsprechenden Kontrollen durch externe Auditoren alles korrekt. Aber oft werden beispielsweise Abwässer nicht geklärt und verseuchen die Umwelt. In der ARD-Mediathek findet man dazu beispielsweise eine Dokumentation.

Wir haben jedoch keine Auswahlmöglichkeit, weil die Verordnung durch Ärzte und die Rabattverträge der Krankenkassen für uns bindend sind.

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 LieferantInnen 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

Berichtsfragen

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

Für die wirklich großen Einkaufsvolumen (Großhandel, Computeranlagen) machen wir Ausschreibungen, die gleiche Bedingungen schaffen für alle Anbieter*innen. Zudem führen wir regelmäßige Gespräche.

Allerdings gibt es in den beiden Hauptbereichen keine Anbieter, die eine entsprechende Zertifizierung auf sich genommen haben. Mit unserem Großhändler NOWEDA habe ich mehrere Gespräche bis auf Vorstandsebene geführt mit dem Ziel, den Geschäftspartner zu einer GWÖ-Bilanzierung zu bewegen. Leider gibt es zu viel Sorge, dass daraus durch das Aufdecken von noch nicht perfekten Bereichen ein Wettbewerbsnachteil entsteht, weil die Konkurrenz damit hausieren gehen könnte.

Bei Bürobedarf und Strom wählen wir nur Partner*innen aus, die die Themen im Bewusstsein haben (Memo, Greenpeace Energy).

Themen wie feindliche Übernahmen, Behinderung von Betriebsräten etc. sind uns bei keinem unserer Lieferant*innen bekannt.

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

Wir führen mit allen potentiellen Anbieter*innen offene Gespräche und halten keine Informationen zurück. Während der Zeit der Zusammenarbeit wissen die jeweiligen Ansprechpartner*innen, dass Sie uns auf alle Themen ansprechen können, die zu einer Verbesserung der Zusammenarbeit führen können – und sei es auch nur für die Anbieterseite.

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

Durch unser Auswahlverfahren schließen wir die Risiken aus.

Verpflichtende Indikatoren

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

Diese Label gibt es nicht bei unseren Produkten (Arzneimittel, apothekenübliche Waren)

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden
Großhandel, also 95% des Umsatzes

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 ersten GWÖ-Bilanz gestiegen von etwa 6% auf nunmehr etwa 25%.

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

Keine weiteren. Unsere Quote ist mit 25% akzeptabel und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen.

Verpflichtende Indikatoren

Eigenkapitalanteil: 25%

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. Wir haben 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 inzwischen großes Interesse an der GWÖ und erwägen eine Bilanzierung. Wir wollen beide Banken auf ihrem Weg unterstützen. 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. Prof. Wittberg von der FHM hat zugesagt, den Nachhaltigkeitskompass und die GWÖ-Bilanz in einem Masterstudiengang im Rahmen einer Semesterarbeit vergleichen zu lassen.

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Da unsere Kredite von der Volksbank sind und auch schon im beträchtlichem Maße getilgt, sehen wir keine Veranlassung, über eine Verlagerung nachzudenken. Eine Umfinanzierung vor Ende der Laufzeit wäre unverhältnismäßig teuer. alle Kredite werden mit Ende der Laufzeit in maximal sieben Jahren planmäßig getilgt sein.

Alle Investitionen, die bis dahin noch anfallen, werden aus Eigenmitteln finanziert, so zum Beispiel die beiden für 2018 geplanten neuen automatischen Warenlager, die in Steinheim und im Facharztzentrum eingebaut werden sollen.

Verpflichtende Indikatoren

Fremdkapitalanteil (%-Anteil Fremdkapital)

60% (Fremdmittel mit Laufzeit über einem Jahr im Verhältnis zu Fremdmittel 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.

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.

Verpflichtender Indikator

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

V-VB	langfristige Kredite	Ende 2015	1.200.000€
		Ende 2016	1.050.000€
		Ende 2017	900.000€
Helvetia Versicherung	Haftpflicht- und Inventarversicherung	2016 und 2017	6.000€
Betr. Versorgungswerk		Ende 2017	10.000€
Provinzial	Haftpflicht- und Kaskoversicherungen	2017	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?

Im Jahr 2018 sollen in der St.Rochus-Apotheke und im Facharztzentrum die automatischen Warenlager der Firma Mach 4 abgebaut und durch Anlagen der Firma ROWA ersetzt werden. Dadurch verringert sich der Wartungsaufwand und die Wartungskosten, weil wir dann in allen vier Apotheken dasselbe System haben. Die Kosten hierfür belaufen sich auf insgesamt 130.000.-€

Weiterhin planen wir für den Bereich AMTS einen höheren Personalbedarf mit etwa 1,5 Stellen ein, bis wir endgültig Klarheit haben, ob diese Dienstleistung zu einer bezahlten Dienstleistung wird (100.000.-€/Jahr).

Für unser Engagement im Bereich der ganzheitlichen Gesundheitsvorsorge haben wir das St.Rochus-Seminarzentrum zum Ende des Jahres 2017 in eigenen Räumen ausgebaut und übernehmen die Raumkosten für Kurse, die sich nicht finanziell durch Teilnehmerbeiträge selber tragen. (Ausbau: 100.000.-€, laufende Kosten pro Jahr ca. 5.000.-€)

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

Wir stellen über das im Leitungsteam besprochene Gehalt keinerlei Ansprüche

Verpflichtende Indikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (in Tsd. EUR)

2016: 65.000€

2017: 20.000€

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (in Tsd. EUR)

2018: 180.000€ (2 x ROWA und Umbau EG / St.Rochus)

2019: 100.000€ (neue Labore und Analytik St.Rochus)

getätigter strategischer Aufwand (in Tsd. EUR)

100.000€

Anlagenzugänge (in Tsd. EUR)

Heizungsanlage in Steinheim: 20.000€

Analytik: 20.000€

Ausbau Seminarzentrum in Steinheim: 100.000€

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?

A) Komplettrenovierung der Heizungsanlage in Steinheim wird ab 2018 Wirkung zeigen

B) Umzug des Seminarzentrums in die komplett renovierten Räume oberhalb der Apotheke in Steinheim wird sich auch ab 2018 auswirken

C) Das Lieferfahrzeug in Paderborn soll 2019 ersetzt werden durch das Elektrofahrzeug aus Bad Meinberg. Bad Meinberg soll dann mit dem Kurierdienst ausliefern, der diese Aufgabe bereits für Steinheim übernimmt.

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

A) in 2017 abgeschlossen

B) in 2017 abgeschlossen

C) keine Kosten

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

Nicht notwendig

Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommen? Heizungsanlage

Verpflichtende Indikatoren

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs (in Tsd. EUR)

A) 20.000€ aus Eigenmitteln

B) 100.000€ aus Eigenmitteln

Realisierung der ökologischen Sanierung (in Tsd. EUR und %-Angaben)

Komplett in 2017 erledigt

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Berichtsfragen

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

Die Apotheke ist nicht beteiligt an der Finanzierung sozial-ökologischer Projekte. Alle Beteiligungen in diesem Bereich (Energie, GWÖ-Start-Ups, etc. werden vom Inhaber im privaten Bereich gehalten.

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

entfällt

Verpflichtende Indikatoren

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

Wir haben uns seitens der Apotheke nicht an Projekten finanziell beteiligt. Projektbeteiligungen und finanzielle Unterstützung von sozial-ökologischen Projekten gibt es nur auf privater Ebene durch den Inhaber.

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

Die Apotheke hat keinerlei Fonds-Beteiligungen.

B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfragen

Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt

Wir verwenden Gas für die Heizung unserer Räume sowie Benzin bzw. Erdgas für zwei Botenfahrzeuge.

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

Erdgas wird abgelöst von CO₂-neutralem Windgas von Greenpeace Energy, die Botenfahrzeuge werden ersetzt durch Elektrofahrzeuge, die mit CO₂-neutralem Strom betankt werden.

Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Der Ausstieg ist bei entsprechender Planung bis Ende 2020 umsetzbar. Der finanzielle Aufwand hält sich in Grenzen.

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 alleiniger Eigentümer der Apotheken.

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.

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.

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, monatlichen Einzelteambesprechungen und quartalsmäßigem Leitungsteam-Treffen ist öffentlich und wird eingehalten.

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

Durch Einhalten der Entscheidungswege

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

Gar nicht.

B4.2 Negativaspekt: feindliche Übernahme

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

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 noch mal bedacht.

Die flache Hierarchie und die Struktur von monatlichen Teambesprechungen und quartalsmäßigem Leitungsteamtreffen 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.

Zum Jahresende treffen wir uns zu einem Weihnachtsessen, das 2017 erstmalig in einem vegetarischen Restaurant stattfand. Dies war für viele ungewohnt, fand aber durchgängig große Zustimmung.

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.

Fast alle ApothekerInnen nahmen an einem externen Schulungsprogramm der Wirtschaftsakademie für den Mittelstand (WafM) teil mit dem Namen „License to lead“.

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 Einzelgesprächen oder in gesonderten Teambesprechungen in den einzelnen Apotheken gesondert aufgegriffen.

Verpflichtende Indikatoren

- Fluktuationsrate

Jahr	Anzahl	Eintritt Fest	Eintritt Befristet	Austritt Fest	Austritt Befristet
2016	61	5	5	3	4
2017	68	3	4	2	5

- durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

5,23 Jahre

- Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen

In den Jahren 2016 und 2017 gab es einige Initiativbewerbungen in den Bereichen PKA, PTA und Pharmaziepraktikant*innen. Aber wir haben diese Bewerbungen nicht systematisch erfasst.

- 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

2016	Anzahl	Gesamtstd	Fortbildung Std.	Fortbildung %	verteilt auf Personen
St. Rochus Apotheke					
HV	7	8655,5	235	2,72	6
Backoffice	2	2575,3	19,5	0,76	2
Buchführung	1	2072,7	5,3	0,26	1
Extraktion	2	1002,4	0	0,00	0
Bad Apotheke					
HV	10	11767,3	133,75	1,14	9
Backoffice	4	5508,7	25	0,45	4
Delphin Apotheke					
HV	10	11651,5	355,5	3,05	7
Backoffice	1	790,2	10,25	1,30	1
Kosmetik	1	407,8	13,25	3,25	1
Apotheke in Facharztzentrum					
HV	10	12434,5	330,5	2,66	8
Backoffice	3	4014,1	27	0,67	2
Gesamtsumme					
HV	37	44508,8	1054,75	2,37	30
Backoffice	10	12888,3	81,75	0,63	9
Kosmetik	1	407,8	13,25	3,25	1
Pro Gesamtanzahl Mitarbeitende			22,65		

2017	Anzahl	Gesamtstd	Fortbildung Std.	Fortbildung %	verteilt auf Personen
St. Rochus Apotheke					
HV	7	9677,9	124,75	1,29	6
Backoffice	2	2526,1	11,75	0,47	2
Buchführung	1	2093,9	18,50	0,88	1
Extraktion	1	381,5	1,50	0,39	1
Bad Apotheke					
HV	10	11097,3	74,50	0,67	8
Backoffice	4	5522,1	38,00	0,69	4
Delphin Apotheke					
HV	8	10395	107,50	1,03	8
Backoffice	1	761	16,75	2,20	1
Kosmetik	1	409,8	42,75	10,43	1
Apothek in Facharztzentrum					
HV	12	11203,3	118,25	1,06	9
Backoffice	3	4114	63,20	1,54	3
SUMME					
	50	58181,9	617,45	20,65	44
HV	37	42373,5	425	4,05	31
Backoffice	10	12923,2	129,7	4,89	10
Kosmetik	1	409,8	42,75	10,43	1
Pro Gesamtanzahl Mitarbeitende					
			12,35		

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.

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. Drei Mitarbeitende haben 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.

Verpflichtende Indikatoren

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

Krankheitsfehltage, kumuliert für die Jahre 2016 und 2017

Alters- Klassen in J.	Gesamttag	Durchschnittstage	Gesamtprozent von Gesamtarbeitszeit	Durchschnitts prozent von Gesamtarbeitszeit
20-30	45	5	15,40%	1,71%
31-40	438	21,9	102,70%	5,14%
41-50	66	4,71	11,40%	0,81%
51-60	270	15,88	54,80%	3,22%
>60	12	4	3,70%	1,23%

- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle: keine

- in Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden: Von 63 Mitarbeitenden in den Jahren 2016- 2017 haben 3 Mitarbeitende jeweils 21 Tage eine Mutter und Kind-Kur gemacht und ein Mitarbeitender einen einwöchigen Retreat in einem Kloster.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

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.

- 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.

Verpflichtende Indikatoren

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

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: 20-30 Jahre: 9, 31 – 40 Jahre: 20, 41 – 50 Jahre: 14, 51 – 60 Jahre: 17, älter als 60 Jahre: 3.

Geschlecht: 8m, 55w

Migrationshintergrund: 24 von 63 Mitarbeitenden sind nicht in Deutschland geboren.

- 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 25% der Mitarbeitenden Gesundheitskurse belegt.

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

- Anzahl von Väter- bzw. Mütterkarenz in Monaten

	2016	2017
Mutterschutz	4	3
Elternzeit	4	7
Wiedereinstieg nach Elternzeit	1	3

- nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/Fluktuationen

Alter Einstellung: <20: 1, 20-30: 8, 30-40: 4, 50-60: 2, > 60: 1

Alter Austritt: <20: 1, 20-30: 9, 30-40: 2, 50-60: 1

Geschlecht, Einstellung: 15w, 1m

Geschlecht, Austritt: 11w, 2m

Migrationshintergrund, Einstellung: 4 Mitarbeitende

Migrationshintergrund, Austritt: 6 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

Verpflichtende Indikatoren

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 Apotheken angestellt. 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.

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.

Verpflichtende Indikatoren

Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung)

2016	Niedrigstes Monatsgehalt	niedrigster Tarifstdlohn	Höchstes Monatsgehalt	höchster Tarifstdlohn	niedrigster Stdlohn	höchster Stdlohn
PKA	1.710,00 €	9,87 €	2.095,00 €	12,09 €	11,13 €	15,63 €
PTA	1.968,00 €	11,35 €	2.549,00 €	14,71 €	13,79 €	18,37 €
ApothekerInnen	3.280,00 €	18,92 €	3.978,00 €	22,95 €	21,03 €	29,01 €
Kosmetikerin		8,50 €			11,97 €	11,97 €
Putzfrauen		8,50 €			10,00 €	10,00 €
Hausmeister		8,50 €			13,27 €	13,27 €
Fahrer		8,50 €			9,00 €	9,00 €

Innerbetriebliche Spreizung 2016: 1:3

2017	Niedrigstes Monatsgehalt	niedrigster Tarifstdlohn	Höchstes Monatsgehalt	höchster Tarifstdlohn	niedrigster Stdlohn	höchster Stdlohn
PKA	1.753,00 €	10,11 €	2.147,00 €	12,39 €	11,41 €	15,63 €
PTA	2.017,00 €	11,64 €	2.613,00 €	15,08 €	12,61 €	18,74 €
ApothekerInnen	3.362,00 €	19,40 €	4.077,00 €	23,52 €	21,56 €	29,03 €
Kosmetikerin		8,84 €			11,97 €	11,97 €
Putzfrauen		8,84 €			10,00 €	11,35 €
Hausmeister		8,84 €			13,27 €	13,27 €
Fahrer		8,84 €			9,00 €	9,00 €

Innerbetriebliche Spreizung 2017: 1:3

Medianverdienst 2016: 15,28€/h 2017: 15,66€/h

standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“ (für alle Betriebsstandorte): hierfür liegen uns keine Vergleichszahlen vor.

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 FilialleiterInnen 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 MitarbeiterInnen. 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.

Verpflichtende Indikatoren

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit: 40 Stunden

Tatsächlich geleistete Überstunden: 2016: 325,81 Stunden bei 61178 Gesamtstunden (0,53%), 6,79 Stunden pro Person

2017: 647,43 Stunden bei 58355 Gesamtstunden (1,13%), 14,61 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 Frauen 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 Mitarbeitenden 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.)

Verpflichtende Indikatoren

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, 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, ungelernte 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

Verpflichtende Indikatoren

- standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“: Tarifvertrag
- Gewinn: s.o.
- Mitarbeitendenanzahl: effektiv 58 mit Fluktuation vor allem der Praktikant*innen, im Schnitt 47
- 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: 10 von 58 im Berichtszeitraum
- 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.

Verpflichtender Indikator

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.

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.

Verpflichtender Indikator

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

10 von 54 Personen kommen zu Fuß, 4 kommen immer mit dem Rad und 3 Personen gelegentlich, 2 kommen immer mit dem Bus und 1 Person gelegentlich mit der Bahn, 38 kommen mit dem Auto.

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.

Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?

Bestimmte Aspekte und Handzettel werden in den Mitarbeiterbesprechungen angesprochen. Die Teilnahme am GWÖ-Unternehmenskongress 2017 gemeinsam mit vier Mitarbeitenden hat auch zur Bewusstseinsbildung beigetragen.

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.

Verpflichtende Indikatoren

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 -bilanz 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 mitarbeiterbetreffende Unterlagen, 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 diskutiert.

Verpflichtender Indikator

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.

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.

Verpflichtender Indikator

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

Verpflichtender Indikator

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 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.

Verpflichtender Indikator

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, 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 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.

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.

Verpflichtende Indikatoren

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 verschiedenen Vereinsblättchen und die Erstellung von Flyern mit Angeboten, dies Ausgaben belaufen sich auf eine Summe zwischen 55.000€ und 60.000€ pro Jahr

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.

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.

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 (Englischkenntnisse, Russischkenntnisse), Kunden mit Bewegungseinschränkungen (barrierefreier Zugang mit Automattüren 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.

Verpflichtender Indikator

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

Unter dem Aspekt Alter sind es je nach Apotheke zwischen 20 und 36% 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 Handbuch 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

Verpflichtender Indikator

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

HeilpraktikerInnen und Ärzte: Entwicklung von Spezialrezepturen

MySportsdrink: Entwicklung individualisierter Sportlernahrung

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. Im Bereich Cannabis deuten sich verschiedene weitere Kooperationen an.

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.

Verpflichtende Indikatoren

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

Wir schätzen die Zeit für Entwicklungsarbeit mit 20% der Arbeitszeit von Albrecht Binder und 100% der Arbeitszeit von Mathias Vogel. Außerdem fallen etwa 5% der PTA-Arbeitszeit in diesen Bereich. Das sind zusammen 1000 Arbeitsstunden im Jahr. Dies entspricht etwa 25% der gesamten Zeit für Herstellung von Produkten in unseren Apotheken.

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 (4 im Jahr 2016) und PharmaziepraktikantInnen (durchgängig 2)

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

MySportsdrink: Entwicklungsarbeit

Verpflichtende Indikatoren

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 Mitunternehmen

Berichtsfragen

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

Unsere Rolle als Apotheke ist in unseren jeweiligen Märkten untergeordnet. Wir könnten nur durch einen massiven Preiskampf bei 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.

Verpflichtende Indikatoren

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 versuchen 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 Raum geben für Kurse in diesem Bereich. In den Jahren 2016 und 2017 fanden dort Kurse statt in den Bereichen Yoga, Meditation, Qi Gong und AT.

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.

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.

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

Auf Anfrage

Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Gar nicht

Verpflichtende Indikatoren

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

5 Produkte und Dienstleistungen mit insgesamt 1% vom Gesamtumsatz

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

1 Dienstleistung

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 Arzneimittelpreisspannenverordnung. 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.

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

Verpflichtende Indikatoren

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

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.

Verpflichtender Indikator

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

2: Schutz / Sicherheit

4: Verstehen / Einfühlung

5: Teilnehmen / Geborgenheit

9: Freiheit / Autonomie

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

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.

Verpflichtende Indikatoren

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 , SDG 11: Nachhaltige Städte und Siedlungen
- **Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:**
 - **Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen:** Mehrfachnutzen

- 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 kommen die Teilnehmer*innen zu mehr Gelassenheit und Ausgeglichenheit, was sich ebenfalls positiv auf die Gemeinschaft auswirkt.

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

Durch das Seminarzentrum, welches der St. Rochus Apotheke angegliedert ist, werden Menschen angesprochen, die sich für Yoga, Meditation, Chi Gong, Autogenes Training u.ä. interessieren. Wir unterstützen die KursleiterInnen bei der Werbung.

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.12 pro Jahr)

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.

Verpflichtende Indikatoren

Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr

Kundenvorträge : 12

Yogakurse 4

Chi Gong 2

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

300 Besucher*innen der Seminare und Vorträge

ca.15.000 Haushalte erhalten monatlich unsere Flyer

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

Verpflichtende Indikatoren

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 im Schnitt 47 sozialversicherungspflichtig angestellte Mitarbeitende (davon 7 im Minijob)

Verpflichtende Indikatoren

Umsatz: 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 2016: 131.400€, SozVers.: 411.800€

LSt 2017: 132,660€, SozVers.: 397.200€

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

Summe 2016: 543.200€

Summe 2017: 529.880€

› 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 liegt bei 946%

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 2016: 11.464€, Einsatz für die Gemeinwohlökonomie: ca. 500Std/a

Spenden 2017: 22.837€, 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 wird sich im Jahr 2018 der Gemeinwohlbilanzierung widmen.

Durch die Einrichtung der Stiftung Gemeinwohl-Ökonomie NRW (Ende 2017 gegründet), wird sich dieses Engagement auf weitere Kreise ausbreiten.

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

Die Verbreitung des Themas GWÖ steht in unserer Region am Anfang, wird sich aber in 2018 verstetigen und großen Einfluss auf die politische Diskussion nehmen.

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

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

Verpflichtender Indikator

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 2% 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.

Verpflichtende Indikatoren

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

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.

Verpflichtende Indikatoren

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 (Ressourcenerschöpfung)
Wasser nur im üblichen Rahmen des Apothekenbetriebes für Toiletten, Spülwasser und Trinkwasser

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

Wir erstellen eine CO₂-Bilanz. Hier die Ergebnisse im Überblick für die Jahre 2015 und 2016:

Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:
Umweltkonto | gemessen in

Ausstoß klimawirksamer Gase	kg
Transporte (und dessen CO ₂ -Äquivalent)	km bzw. kg
Benzinverbrauch (und dessen CO ₂ -Äquivalent)	Liter bzw. kg
Stromverbrauch (und dessen CO ₂ -Äquivalent)	kWh bzw. kg
Gasverbrauch (und dessen CO ₂ -Äquivalent)	kWh bzw. kg
Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur)	kWh/°C
Verbrauch von Trink- und Regenwasser	m ³
Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig)	0 kg
Papierverbrauch	kg
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien	kg
Kunstlichteinsatz	Lumen, kwh
Schadstoffemissionen und sonstige Umweltwirkungen	entsprechend der jeweiligen Standardwirkungskategorie

Die jeweiligen Messwerte sollten auf betrieblich relevante Kenngrößen umgelegt werden (z.B. kg CO₂ pro Mitarbeitender Person oder bezogen auf den Umsatz). Die Bezüge können dann zur Überprüfung der Erreichung des Ziels „Reduzierung“ genutzt werden.

Wir erstellen eine CO₂-Bilanz (beginnend mit dem Jahr 2015), die uns gleichzeitig als Grundlage für Verbesserungsvorschläge dient. Bezogen auf die einzelne Mitarbeitende ist der CO₂-Ausstoß unseres Betriebes von 2015 auf 2016 um 33% gesunken. Bei der Erstellung lassen wir uns von einem Fachmann unterstützen. Die Detailzahlen liegen in der Apotheke vor.

Emissionen 2015

	St. Rochus Apo.	Seminarzentrum	Bad-Apo.	Apo. im FAZ	Delphin-Apo.	Summe Bereich
Gebäude	20.335 kg CO2e	10.177 kg CO2e	30.204 kg CO2e	15.551 kg CO2e	6.469 kg CO2e	82.737 kg CO2e
Fahrten u. Dienstreisen	5.258 kg CO2e	0 kg CO2e	177 kg CO2e	2.089 kg CO2e	0 kg CO2e	7.524 kg CO2e
Arbeitswege	9.336 kg CO2e	0 kg CO2e	6.235 kg CO2e	9.348 kg CO2e	3.983 kg CO2e	28.902 kg CO2e
Papier und Karton	6.203 kg CO2e	0 kg CO2e	5.879 kg CO2e	2.884 kg CO2e	1.349 kg CO2e	16.315 kg CO2e
Verkaufware	0 kg CO2e	0 kg CO2e	0 kg CO2e	0 kg CO2e	0 kg CO2e	0 kg CO2e
Warenanlieferung	2.894 kg CO2e	0 kg CO2e	4.796 kg CO2e	2.241 kg CO2e	4.566 kg CO2e	14.497 kg CO2e
Kurier- u. Versandfahrten	519 kg CO2e	0 kg CO2e	1.437 kg CO2e	0 kg CO2e	771 kg CO2e	2.727 kg CO2e
Summe Standort	44.545 kg CO2e	10.177 kg CO2e	48.729 kg CO2e	32.113 kg CO2e	17.139 kg CO2e	152.701 kg CO2e

Emissionen 2016

	St. Rochus Apo.	Seminarzentrum	Bad-Apo.	Apo. im FAZ	Delphin-Apo.	Summe Bereich
Gebäude	4.563,0 kg CO2e	0,0 kg CO2e	7.501,8 kg CO2e	14.400,3 kg CO2e	3.557,9 kg CO2e	30.023 kg CO2e
Fahrten u. Dienstreisen	6.321,7 kg CO2e	0,0 kg CO2e	483,4 kg CO2e	167,0 kg CO2e	1.145,8 kg CO2e	8.118 kg CO2e
Arbeitswege	8.646,8 kg CO2e	0,0 kg CO2e	10.127,2 kg CO2e	8.765,4 kg CO2e	1.454,7 kg CO2e	28.994 kg CO2e
Papier und Karton	4.021,0 kg CO2e	0,0 kg CO2e	4.583,5 kg CO2e	2.919,8 kg CO2e	6.091,7 kg CO2e	17.616 kg CO2e
Warenanlieferung	2.933,2 kg CO2e	0,0 kg CO2e	4.827,1 kg CO2e	2.310,4 kg CO2e	4.625,5 kg CO2e	14.696 kg CO2e
Kurier- u. Versandfahrten	516,6 kg CO2e	0,0 kg CO2e	1.440,8 kg CO2e	0,0 kg CO2e	773,3 kg CO2e	2.731 kg CO2e
Summe Standort	27.002,4 kg CO2e	0,0 kg CO2e	28.963,8 kg CO2e	28.563,0 kg CO2e	17.648,9 kg CO2e	102.178 kg CO2e

Die deutliche Senkung hat mehrere Gründe:

- Umzug des Seminarzentrums in Steinheim aus den Räumen der alten St.Rochus-Apotheke in einen gemeinschaftlich genutzten Raum im Fitness-Park.
- Umstellung des Stromanbieters auf Greenpeace Energy in Bad-Meinberg
- Umstellung auf LED-Beleuchtung in allen Apotheken
- neue Heizungsanlage in Steinheim

Ziel für den nächsten Berichtszeitraum ist die weitere Absenkung der echten CO₂-Emissionen durch Umstellung auf Ökostrom im Facharztzentrum Paderborn und Umstellung von fahrten zur Arbeitsstelle auf Fahrrad und öffentlichen Nahverkehr.

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 Mitunternehmen im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?
Darüber können wir keine Aussage treffen

Verpflichtender Indikator

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 zugehörnde 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 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

Verpflichtender Indikator

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

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.

Verpflichtende Indikatoren

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