

GEMEINWOHL  
ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell  
mit Zukunft

# WELT LADEN • LIENZ

GERECHT HANDELN – SINNVOLL KAUFEN.



## Bericht zur Gemeinwohlabilanz 2017

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

 Bundesministerium  
Nachhaltigkeit und  
Tourismus

 LE 14-20  
Entwicklung für den Ländlichen Raum

 tirol  
Unser Land

 rm  
RegionsManagement Osttirol

 LEADER

EUROPÄISCHE UNION  
Europäischer Landwirt-  
schaftsfonds für die Entwick-  
lung des ländlichen Raums:  
Hier investiert Europa in die  
ländlichen Gebiete



## 1. Inhaltsverzeichnis

1.	Firmengeschichte .....	5
2.	Allgemeine Informationen zum Unternehmen .....	6
3.	Kurzpräsentation des Unternehmens.....	6
4.	Das Unternehmen und Gemeinwohl.....	6
5.	Testat.....	7
6.	Kette des Fairen Handels .....	8
7.	ProduzentInnen des Fairen Handels .....	9
8.	Produkte .....	9
9.	Garantiesysteme des Fairen Handels .....	10
9.1	WFTO – World Fair Trade Organization.....	10
9.2	Fair Trade International - System.....	10
9.3	ARGE Weltläden - System.....	12
10.	Die wichtigsten Importorganisationen / Lieferanten (anerkannt durch die ARGE WL) .....	12
11.	Werte und Berührungsgruppen.....	13
11.1	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette .....	13
11.2	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette .....	13
11.3	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette.....	15
11.4	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette.....	16
11.5	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln .....	16
11.6	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln.....	16
11.7	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung .....	17
11.8	B4 Eigentum und Mitentscheidung.....	17
11.9	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	17
11.10	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge .....	18
11.11	C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden .....	19
11.12	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	19
11.13	D1 Ethische Kundenbeziehung.....	20
11.14	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen .....	20
11.15	D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen .....	21
11.16	D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz .....	22
11.17	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen .....	23
11.18	E2 Beitrag zum Gemeinwesen .....	24
11.19	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen .....	25
11.20	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung .....	25
12.	Ausblick .....	26
12.1	Kurzfristige Ziele .....	26
12.2	EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207).....	26
13.	Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz.....	27

## 1. Firmengeschichte



## 2. Allgemeine Informationen zum Unternehmen

**Firmenname:** Weltladen Lienz  
**Rechtsform:** Verein  
**Eigentums- und Rechtsform:** in Trägerschaft des Vereines Trikont Weltladen Lienz / 74 Mitglieder unterstützen ihn mit einem jährlichen Beitrag von 15 €.  
**Website:** www.weltladen.at/lienz/  
**Branche:** Handel  
**Firmensitz:** Rosengasse 4, 9900 Lienz  
**Gesamtanz. d. Mitarbeitenden:** 2 in Teilzeit / 12 Freiwillige  
 Die Ladenöffnungszeit pro Woche beläuft sich auf 41 Stunden.  
**Umsatz:** 182.000,--  
**Jahresüberschuss:** 2.568,--  
**Verbundene Unternehmen:** Alle ProduzentInnenorganisationen, Importeure und Weltläden Österreichs über die ARGE WELTLÄDEN  
**Berichtszeitraum:** 2017

Vielfalt, den unterschiedlichsten Kulturen und Lebensumständen begreifbar wird.

Wir sind Mitglied der **ARGE Weltläden** und so Teil des weltweiten Netzwerkes für Fairen Handel.

## 4. Das Unternehmen und Gemeinwohl

Wir wollen menschenwürdiges Leben und schonenden Umgang mit der Natur.

Der Einkauf im Weltladen ist ein Beitrag zu mehr Gerechtigkeit und zum Schutz von Mensch und Natur. Fairer Handel versteht unter Wirtschaften nicht in erster Linie Gewinne zu erzielen, sondern Lebensbedingungen zu schaffen, die allen zum Vorteil gereichen:

- Dem **Produzenten**, der einen gerechten Lohn erhält und würdig leben kann
- Dem **Konsumenten**, der ein hochwertiges Produkt erhält, bei dem er sicher sein kann, dass es nach den Kriterien des Fairen Handels hergestellt wurde.
- Der **Natur**, die durch die (meist biologische und kleinbäuerliche) Form der Produktion und einem möglichst umweltfreundlichen Transport geschont wird.

## 3. Kurzpräsentation des Unternehmens

Der Weltladen Lienz steht für:

- **Warenverkauf** (Fachgeschäft für den Fairen Handel)
- **Information und Bildungsarbeit** (Lernort des Fairen Handels)
- **Aktionen und Anwaltschaft** (starke Stimme für den Fairen Handel)

Der Faire Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt.

Die Weltläden vermarkten Produkte wirtschaftlich und politisch benachteiligter PartnerInnen vorwiegend aus Afrika, Asien und Lateinamerika. Wir sind Lernorte, in denen die weite Welt in ihrer

Im Rahmen der Reihe „Vordenken für Osttirol“ hielt Christian Felber am 26. Jänner 2017 den Impulsvortrag „**Ethisch wirtschaften – funktioniert das?**“ und gab uns damit die Gelegenheit, als Mitorganisator die Gemeinwohlökonomie-Bewegung in Osttirol in größerem Rahmen vorzustellen.

Der Großteil der **FAIRanstaltungen rund um den Weltladen** in Lienz, findet in Kooperation mit der Gemeinwohlökonomie-Bewegung Osttirol statt, die wir durch unser Engagement stärken wollen.

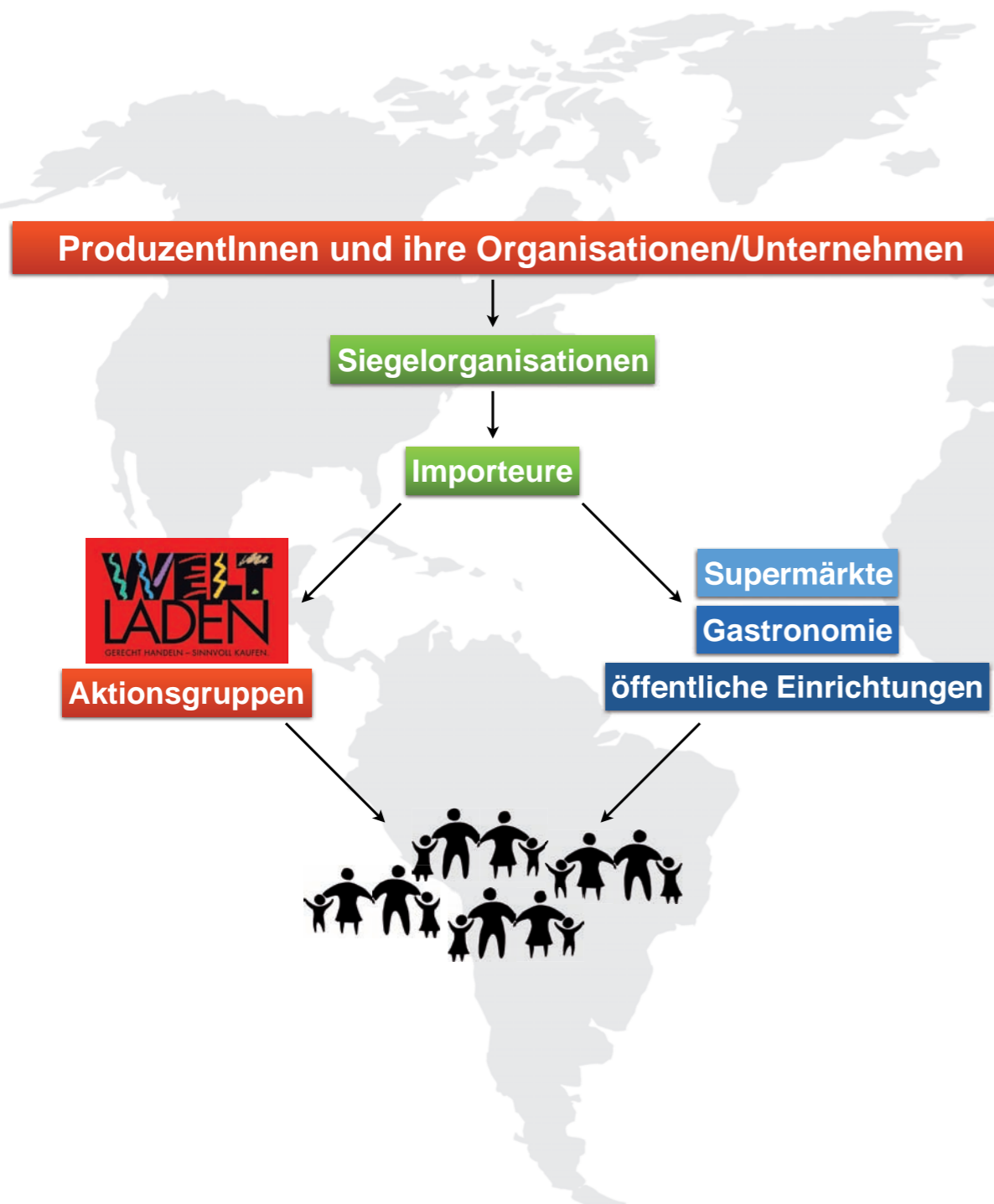
## 5. Testat



TESTAT: AUDIT		KOMPAKT		Gemeinwohl-Bilanz für: Weltladen Lienz	
				Auditor*in: Dr. Manfred Kofranek	
				2017	
WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG	
BERÜHRUNGSGRUPPE					
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	A1 Menschenwürde in der Lieferkette <span style="float: right;">90 %</span>	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette <span style="float: right;">90 %</span>	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette <span style="float: right;">60 %</span>	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette <span style="float: right;">60 %</span>	
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln <span style="float: right;">80 %</span>	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln <span style="float: right;">30 %</span>	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung <span style="float: right;">60 %</span>	B4 Eigentum und Mitentscheidung <span style="float: right;">60 %</span>	
<b>C: MITARBEITENDE</b>	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz <span style="float: right;">60 %</span>	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge <span style="float: right;">10 %</span>	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden <span style="float: right;">70 %</span>	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz <span style="float: right;">40 %</span>	
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen <span style="float: right;">40 %</span>	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern <span style="float: right;">40 %</span>	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen <span style="float: right;">50 %</span>	D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz <span style="float: right;">40 %</span>	
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen <span style="float: right;">70 %</span>	E2 Beitrag zum Gemeinwesen <span style="float: right;">50 %</span>	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen <span style="float: right;">20 %</span>	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung <span style="float: right;">40 %</span>	
				Testat gültig bis:	31.03.2021
				<b>BILANZSUMME</b>	<b>534</b>

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

## 6. Kette des Fairen Handels



## 7. ProduzentInnen des Fairen Handels

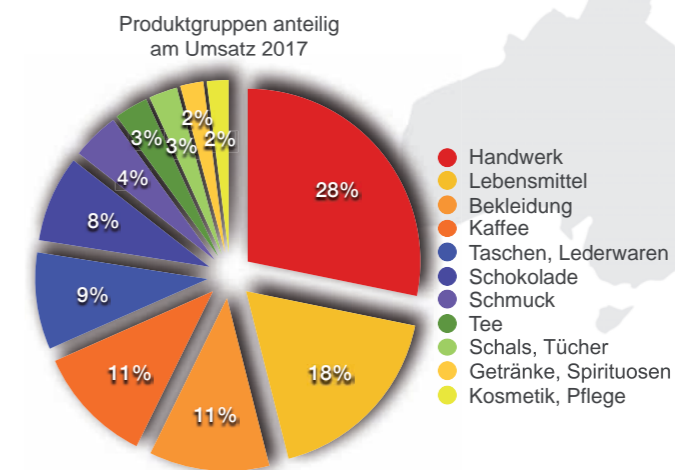
Im Mittelpunkt des Fairen Handels stehen ProduzentInnen des Fairen Handels und ihre Organisationen bzw. Unternehmen.



*„Eure Arbeit geht in kleinen Schritten, aber es sind sichere für uns.“*

Eddy Lopez, Nicaragua

## 8. Produkte



## 9. Garantiesysteme des Fairen Handels

### 9.1 WFTO – World Fair Trade Organization

Mehr als 380 Organisationen – Produzenten, Importeure und Händler – haben sich zur WFTO zusammengeschlossen. Sie decken die gesamte Wertschöpfungskette des Fairen Handels ab. Alle Mitglieder bekennen sich zu den **zehn WFTO-Prinzipien für Fairen Handel**:

- Chancen für wirtschaftlich benachteiligte ProduzentInnen
- Transparenz und Rechenschaftspflicht
- Faire Handelspraktiken
- Zahlung eines fairen Preises
- Verbot von Kinderarbeit und Zwangsarbeit
- Verpflichtung zur Nichtdiskriminierung, Geschlechtergerechtigkeit und Vereinigungsfreiheit
- Gewährleistung guter Arbeitsbedingungen
- Förderung der Fähigkeiten/Weiterbildung
- Förderung des Fairen Handels
- Schutz der Umwelt

In einem dreistufigen Garantiesystem

- Selbsteinschätzung mit Bericht
- Peervisit (Abgleich mit der Wirklichkeit und kollegialem Wissensaustausch)
- externe Betriebsprüfung „Monitoring Audit“ wird sichergestellt, dass die Standards eingehalten werden. Nach erfolgreichem Durchlauf darf das Mitglied seine Produkte (Lebensmittel und Handwerk) mit dem entsprechenden Siegel versehen. Das Besondere an diesem System: Es überprüft



die Mitgliedsorganisation in ihrer Gesamtheit und bescheinigt, dass die Organisation an sich fair ist.

### 9.2 Fair Trade International - System

Der Ausdruck Fairtrade bezeichnet das Fairtrade-System, welches u.a. das Fairtrade-Siegel vergibt. Mit dem Fairtrade-Siegel sind die Produkte des Fairen Handels gekennzeichnet, die nach den Standards von Fairtrade International gehandelt wurden:

- **Organisation in demokratischen Gemeinschaften** (bei Kooperativen) – Förderung gewerkschaftlicher Organisation (auf Plantagen), geregelte Arbeitsbedingungen, Verbot ausbeuterischer Kinderarbeit, Diskriminierungsverbot
- **Förderung des Bio-Anbaus durch den Bio-Aufschlag** – umweltschonender Anbau, Schutz natürlicher Ressourcen, Verbot gefährlicher Pestizide, kein gentechnisch verändertes Saatgut, Zuschläge für besondere Sorten
- **Bezahlung von Fairtrade-Mindestpreis und Fairtrade-Prämie** - Regelung des Waren und Geldflusses, Verwendung des Siegels, transparente Handelsbeziehungen, Vorfinanzierung

Die externe Kontrolle (Einhaltung der FLO-Standards, Warenfluss, Kontrolle der Rohstoffe, Kontrolle der Lizenznehmer) erfolgt durch die **FloCERT GmbH** (Fairtrade Labeling Organization).

### DIE WICHTIGSTEN SIEGEL:

	<p>Das <b>Fair Trade-Siegel</b> besagt den KundInnen zweierlei, nämlich, dass das ausgezeichnete Produkt</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ von einer anerkannten, regelmäßig überprüften ProduzentInnenorganisation gekauft wurde, und</li> <li>■ dass dieser Handel zu weltweit einheitlichen, fairen Bedingungen abgewickelt worden ist.</li> </ul> <p>Vergeben werden die Siegel in Österreich von Fair Trade Österreich. FAIRTRADE Certified Cotton: Zertifizierung für den Rohstoff „Baumwolle“.</p>
	<p><b>Naturland Fair:</b> höchste ökologische Standards, die strenger als die gesetzlichen Anforderungen der EG-Öko-Verordnung sind. Der Fair-Gedanke bezieht sich auf den Handel sowohl im Globalen Süden als auch mit den Bäuerinnen und Bauern im Norden (u.a. Molkerei- und Getreideprodukte, Fisch, Wein).</p>
	<p><b>GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARDS (GOTS):</b> bietet weltweit einheitliche Richtlinien für die Verarbeitung von Textilien aus biologisch erzeugten Naturfasern über die gesamte textile Kette mit strengsten ökologischen und sozialen Kriterien.</p>
<p><b>BIOSIEGEL:</b></p>	
	<p>Eu-Bio-Siegel: entspricht auch dem Bio-Austria-Siegel</p>
	<p>Die Richtlinien des biodynamischen Landbaues gelten als die umfassendsten und strengsten weltweit. Nachhaltige Landwirtschaft, die sowohl ökologische als auch soziale Verantwortung übernimmt.</p>

### 9.3 ARGE Weltläden - System

Die **Arbeitsgemeinschaft Weltläden** ist die Dachorganisation der 90 österreichischen Weltläden. Sie vergibt das Weltladen-Logo, das an eine Nutzervereinbarung gebunden ist, und sieht sich als:

- Promotor für den Fairen Handel
- Interessenvertretung gegenüber LieferantInnen
- Servicestelle für ihre Mitgliedsläden
- Vertragspartnerin für Weltläden und LieferantInnen

und bietet Aus- und Weiterbildung für Weltladen MitarbeiterInnen.

Die **ARGE Weltläden** behält sich das Recht vor, nur ausgewählten Importorganisationen zu erlauben, Produkte in die Fachgeschäfte des Fairen Handels, also Weltläden zu liefern.

Die anerkannten LieferantInnen werden im Auftrag der ARGE regelmäßig von einem externen Gutachter überprüft und entsprechend der WFTO-Prinzipien beurteilt.

## 10. Die wichtigsten Importorganisationen / Lieferanten (anerkannt durch die ARGE WL)

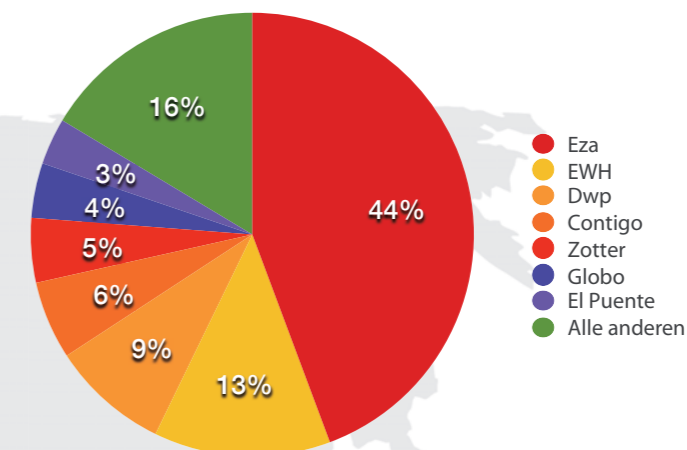
		
		
		

Die Lieferanten **Welt-Partner** und **El Puente** haben jeweils einen **Gemeinwohlökonomiebericht mit Bilanz** erstellt.

Weitere sind: **Zotter, Andenart, Bahia, Fairkauf, Gary Mash, Li Cok, Zine Kartenwelt** und **Lady Lomin** runden als Zusatzprodukte unser Sortiment ab.

EZA, Contigo, DWP, El Puente, Globo und Zotter sind Mitglieder der WFTO (Stand 2017).

Anteile der Umsätze der wichtigsten Lieferanten in 2017



## 11. Werte und Berührungsgruppen

### 11.1 A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Die zehn WFTO-Prinzipien des Fairen Handels wie Verbot von Sklaverei und Zwangsarbeit, ausbeuterische Kinderarbeit und Geschlechtergerechtigkeit berücksichtigen die Einhaltung der Menschenwürde.

### 11.2 A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Im Fairen Handel erhalten die Produzenten einen Preis, der sowohl die durchschnittlichen Produktionskosten deckt, als auch zur Bestreitung der Lebenshaltungskosten ausreicht. So werden auch gemeinschaftliche, entwicklungsbezogene Aktivitäten (Schulen, Krankenhäuser) der Genossenschaften und Betriebe ermöglicht.

Für jedes der besiegelten Produkte gibt es:

- einen **garantierten Mindestpreis** (Fairtrade minimum price, unabhängig vom Weltmarktpreis): Liegt der jeweilige (Welt)marktpreis darüber, muss der höhere Marktpreis von der Handelsorganisation an die ProduzentInnengruppe bezahlt werden.
- einen für Entwicklungsprojekte **reservierten Zuschlag**, der als **Fairtrade-Prämie** bezeichnet wird. Die ProduzentInnenorganisationen erhalten von den HändlerInnen eine Fairtrade-Prämie, die für gemeinnützige Projekte (für Soziales, Infrastruktur und Bildung) oder auch Investitionen in die Produktion verwendet werden kann.
- einen **Zuschlag für Bio-Qualität**
- einen **Zuschlag für besondere Sorten**



### 11.3 A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Das Fair-Trade-Logo garantiert, dass beim Anbau der Produkte kein gentechnisch verändertes Saatgut und gefährliche Pestizide eingesetzt wurden.

Es spornt die ProduzentInnen durch den Bioaufschlag zu biologischer Anbauweise an und steht für umweltschonenden Anbau und den Schutz natürlicher Ressourcen.

Die meisten Lebensmittel des fairen Handels tragen überdies ein Bio-Gütesiegel. Der Anbau erfolgt nach den Kriterien der Verbände Naturland, Demeter, Bio Austria/EU, die Verarbeitung nach europäischen Standards.

Kaffee, Tee oder Schokolade in kontrollierter Bio-Qualität gehören zu den am häufigsten gekauften Produkten des Fairen Handels.

Fairhandelsorganisationen helfen seit Mitte der 80iger-Jahre den ProduzentInnen auf biologische Wirtschaftsweise umzustellen und beim Aufbau von nationalen Zertifizierungsorganisationen, was leichteren Zugang zu Know-how, Beratung und Kontrolle bedeutet. Biobauern in den Ländern des Südens sind sehr stolz auf Ihr Biosiegel, trotz zusätzlicher Kontrollen und Kosten.

Textilien sind z. B. mit dem GOTS-Siegel ausgezeichnet, das sicherstellt, dass ein Kleidungsstück aus mindestens 70 % biologisch erzeugten Naturfasern besteht und dass bei der Verarbeitung der Produkte (Einsatz von Chemikalien und Farbstoffen), sowie der Klärung von Abwässern strenge Standards eingehalten werden.

Bis zu 4 % (könnte man als regionales Fenster nutzen) der gehandelten Ware können wir als Zusatzprodukte beziehen. Dabei halten wir uns an die gleichen Vorgaben.

Jede Art von Handel bedeutet letztlich auch Transport von Waren und hat damit Auswirkungen auf das Weltklima. Dies ist umso stärker der Fall, da es sich dabei um globalen Handel zwischen Nord und Süd handelt.

Der Transport der Waren im Fairen Handel erfolgt zum Großteil auf dem Seeweg.

Beispielzahlen vom Hauptlieferanten EZA:

90 – 92 % aller Waren werden mit dem Schiff aus dem Ursprungsland angeliefert. Vom Hafen werden sie in Containern mit dem Zug nach Österreich gebracht. 8 – 10 % (Mode und Ledertaschen) werden per Flugzeug geschickt. Bei Mode herrscht Zeitdruck, Ledertaschen werden nur in geringer Stückzahl importiert.

Importorganisationen wie EZA Fairer Handel und EWH Pirsch GmbH sind Klimabündnisbetriebe. Für die Geschäftsausstattung (Tischler, Handwerker), EDV-Betreuung und Steuerberatung werden nur regionale Firmen beauftragt. Unseren Strom beziehen wir von der Oekostrom AG, dem führenden Ökostromversorger Österreichs:

[www.oekostrom.at](http://www.oekostrom.at)

Auflistung HW und Dienstleistungen	€	% v. GA
Handelswaren/Materialaufwand	112.503,98	62,7
Strom/Oekostrom AG	1.502,21	0,2
Telekommunikation/A1	604,34	0,3
Sachversicherungen	987,57	0,6
Steuerberatung/Steuerbüro Hofer, Lienz	965,50	0,5

#### 11.4 A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Die Rechtsform der ProduzentInnenorganisationen ist die Genossenschaft.

Die **ARGE Weltläden** und Importorganisationen stehen durch eigene Betreuer in direktem Kontakt und ständigem Austausch mit den ProduzentInnenorganisationen. Durch Bildungsreisen in die benachteiligten Länder wird dies gepflegt. Die Teilnahme daran wurde von uns noch nicht wahrgenommen. Einladungen zu den 2 mal jährlich stattfindenden Weltladenkonferenzen werden gerne angenommen. Bei ProduzentInnentouren durch Österreich entstehen wertvolle Kontakte. Durch diese Dialogtreffen entsteht Transparenz.

Ein Beispiel dafür:

Bei der Weltladenkonferenz in Salzburg im Herbst 2015 stellte die Kaffeebäuerin Dolores Benites Espinoza, die Gründerin der Frauenkooperative APROLMA, ihr Projekt vor. Diese Kooperative aus Honduras ist die erste, in der ausschließlich Frauen arbeiten, entscheiden, und vermarkten. Sie produzieren die Bohnen für den beliebten Frauenkaffee ADELANTE.

#### 11.5 B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Die 100%ige Ausstattung unseres Betriebes mit Eigenmitteln bedeutet finanzielle Unabhängigkeit, Freiheit und die Sicherstellung des Schutzes vor unerwünschten Einflüssen von außen.

Die Sicherstellung der Eigenmittel erreichen wir durch umsichtiges Geschäftsgebaren. Unser laufendes Geschäftskonto und das Konto des

Vereines unterhalten wir bei der DolomitenBank Osttirol-Westkärnten eG. Als gewerbliche Kreditgenossenschaft bekennt sie sich zum Leitbild von Hermann Schulze-Delitzsch - „Auf der Freiheit, verbunden mit der Verantwortlichkeit für deren Gebrauch, beruht die gesunde Existenz des Einzelnen, wie der Gesellschaft“. Durch den Ausstieg (2015) aus dem Volksbankenverbund hat sie sich ihre Unabhängigkeit als genossenschaftliche Regionalbank erhalten und damit - unter anderem - Erhalt und Absicherung der bestehenden Arbeitsplätze erreicht. Der Geschäftsbericht 2017 (u. a. Volumen inner- und außerhalb des Kerngeschäftes) ist auf der Homepage zugänglich.

Angaben über den Anteil spekulativer Produkte innerhalb des Portfolios wurden nicht gemacht.

Unsere Rücklagen sind bei OIKOCREDIT (eine der ältesten alternativen Möglichkeiten der Geldanlage) veranlagt. Oikocredit refinanziert Mikrokreditprogramme, sowie weitere sozial arbeitende Klein- und Mittelbetriebe. Damit unterstützt die internationale Entwicklungsgenossenschaft den Aufbau finanzieller Strukturen in Asien, Afrika und Lateinamerika, sodass auch für Menschen in Armut ein Zugang zu Finanzdienstleistungen geschaffen wird.

#### 11.6 B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Der Verein ist gemeinnützig organisiert.

Um Fairness gegenüber unseren Lieferantinnen, Mitarbeitenden und der Gesellschaft zu gewährleisten, stehen im Vordergrund rasche Begleichung von Forderungen, faire Bezahlung der Angestellten und eine ausreichende Rücklage für eventuelle Engpässe.

Für neue MitarbeiterInnen werden Einführungsworkshops angeboten, die auch zum Auffrischen für „Altgediente“ genutzt werden. Der nicht entnommene Gewinn wird den Rücklagen zugeführt.

#### 11.7 B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Anfallende Investitionen in die Geschäftsräume werden aus den Einnahmen des Ladens finanziert. In näherer Zukunft sind die Anschaffung einer Sitzgelegenheit für die Mitarbeiterinnen im Kassenbereich, neue Türen (Energieersparnis!) und ein Einbauschrank für Kaffeemaschine und Waschgelegenheit geplant.

Investitionen in eigene Anlagen sind nicht relevant, da die Räumlichkeiten gemietet sind.

#### 11.8 B4 Eigentum und Mitentscheidung

Der Verein Trikont Weltladen Lienz ist 100%iger Eigentümer des Unternehmens. In den Vereinsstatuten ist geregelt, welche Rechte und Pflichten daraus folgen. Vereinsgesetz und die daraus genehmigten Vereinsstatuten gewährleisten eine demokratische und partizipative Entscheidungsfindung durch die Vereinsmitglieder.

Die Mitarbeiterinnen sind beitragsbefreite Vereinsmitglieder – somit haben sie Stimmrecht und die Möglichkeit im Verein Verantwortung zu übernehmen.

Vereinsangelegenheiten werden in regelmäßig stattfindenden Vorstandssitzungen besprochen und anfallende Beschlüsse gefasst.

Die Jahresabschlüsse sind allen Vereinsmitgliedern zugänglich und einsehbar.

#### 11.9 C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Vertrauen, Wertschätzung, Toleranz und Respekt sind die Grundlagen für ein würdiges, lebendiges Miteinander im Weltladen. Die einzelne Mitarbeiterin wird nicht nach erbrachtem „Umsatz“ angesehen und beurteilt. Selbständigkeit und Handlungsspielräume haben einen hohen Stellenwert. Für ein hohes Maß an Selbständigkeit und Handlungsspielräumen wird gesorgt.

In unserem Betrieb arbeiten derzeit ausschließlich Frauen im Alter von Mitte 30 bis 70plus (ca. 60 % sind über 60 Jahre alt.) Jede von ihnen bringt vielfältige Lebenserfahrung mit, sowie unterschiedlichste Berufsausbildungen und persönliche Stärken. Alles trägt zu einer bunten Mischung bei und somit positiver Auswirkung auf die Unternehmenskultur. Wir sind bemüht, auch Männer für die Mitarbeit zu gewinnen. Wir beschäftigen auch Mitarbeiterinnen mit Migrationshintergrund.

In einer Freiwilligenvereinbarung sind die wechselseitigen Aufgaben zwischen Verein und Mitarbeiterinnen klar definiert.

Bei monatlichen Teamgesprächen werden Informationen weitergegeben, Austauschmöglichkeiten angeboten, Lob und Wertschätzung ausgesprochen und Kontakte untereinander gepflegt. Zur Lösung allfälliger Konflikte werden neben Klärungsversuchen in der Gruppe auch Einzelgespräche mit Geschäftsführung oder Vorstandsmitgliedern und Begleitung oder Mediation angeboten.

Tee und Kaffee stehen den Mitarbeiterinnen während ihres Dienstes im Weltladen zur freien Verfügung. Die durchschnittliche Teamzugehörigkeit beläuft sich auf 10 Jahre.

Unfall- und Haftpflichtversicherung sind gegeben. Im Berichtszeitraum gab es keinen Betriebsunfall.

### 11.10 C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Die Ladenöffnungszeiten belaufen sich auf 41 Stunden pro Woche. Die pro Halbtage eingesetzten freiwilligen Mitarbeiterinnen kommen auf jeweils 4 Stunden am Vormittag und 4,5 am Nachmittag.

Die Geschäftsführerin ist mit einem Ausmaß von 12 Stunden nach Kollektivvertrag angestellt, die Stellvertretung mit 10 Stunden. Die gegenseitigen Verpflichtungen sind in einem Dienstvertrag geregelt. Die Gehälter werden in Absprache mit den beiden Festangestellten vom Vorstand festgelegt und sind ein Zusatzeinkommen.

Geringfügige Anstellungen sind nicht vorgesehen. Alle freiwilligen Mitarbeiterinnen sind haftpflicht- und unfallversichert.

2 Mitarbeiterinnen erhalten Kilometergeld. Sie teilen ihre Dienste eigenständig und eigenverantwortlich ein. Dies funktioniert reibungslos - dafür verdienen sie ein großes Lob.

Neue Möglichkeiten erschließen sich durch die Mitarbeit:

**Soziale Verantwortung:** „Ich kann etwas zu einer Sache beitragen, die mir wichtig ist“.

**Selbsterfahrung:** „Durch Freiwilligenarbeit lerne ich viel und kann praktische Erfahrung sammeln“.

**Soziale Bindung:** Freiwilligenarbeit als Möglichkeit, soziale Kontakte zu knüpfen.

**Selbstwert und Anerkennung:** „Durch das Ehrenamt fühle ich mich wertvoll“.

**Politische Verantwortung:** Die Hoffnung, politische Veränderungen herbeizuführen.

Auch wenn sie sich ohne Bezahlung engagieren: **„Sie arbeiten gratis aber nicht umsonst.“**

Einführungen in den Fairen Handel werden in Form von Workshops abgehalten. Den MitarbeiterInnen steht die Teilnahme an den Weltladenkonferenzen offen. Die Konferenzen sind eine gute Gelegenheit, Themen zu vertiefen und Austausch mit Verkäuferinnen anderer Weltläden zu pflegen.

Bei Bedarf wird auch alle paar Jahre eine Verkaufsschulung organisiert.

Neben Anerkennung und Fortbildung erhalten unsere freiwilligen Verkäuferinnen die Möglichkeit, pro Saison ein Kleidungsstück zum Selbstkostenpreis zu erstehen. Jedes Jahr wird zu einem Betriebsausflug eingeladen, jedes zweite Jahr ist er zweitägig. Eine jährliche Weihnachtsfeier, ein kleines Geburtstagspräsent und ein kostenloser Imbiss mit Getränk nach jeder Teamsitzung, sind als „Dankeschön“ eingeführt und dankbar angenommen. Durchaus selbstkritisch sehen wir das Spannungsfeld zwischen Freiwilligenarbeit und wirtschaftlicher Tätigkeit. Im Sinne des Gemeinwohles müssten alle Mitarbeiterinnen bezahlt werden. Und doch sehen wir für unser Geschäftsmodell eine klare Berechtigung.

Nicht unser eigener Gewinn ist das Ziel. Es geht darum, Menschen in benachteiligten Regionen, **dort wo sie leben**, ein menschenwürdiges Dasein zu ermöglichen.

### 11.11 C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Ökologisches Bewusstsein unserer Mitarbeiterinnen ist selbstverständlich und weitgehend verankert. Sie kaufen sehr viele Produkte für den Eigengebrauch.

Ökologisches Verhalten ist Bestandteil der Philosophie der Weltladenbewegung. Mit dem ehrenamtlichen Engagement leistet jede einzelne Mitarbeiterin einen aktiven Beitrag zu fairem, ökologischem und vor allem nachhaltigem Verhalten. Bei den Teamsitzungen wird darauf geachtet, Speisen und Getränke aus fairen, ökologischen und regionalen Produkten bereitzustellen.

Da die meisten Mitarbeiterinnen in Lienz und Umgebung wohnen, wird der Weg zur Arbeit zum Großteil zu Fuß oder per Fahrrad bewältigt. Drei MitarbeiterInnen wohnen in größerer Entfernung und sind aufgrund des eingeschränkten öffentlichen Verkehrs auf den PKW angewiesen (20 %).

Bei den betrieblichen Fahrten wurden 75 % der gefahrenen Kilometer mit öffentlichen Verkehrsmitteln und 25 % mit dem PKW zurückgelegt. Mülltrennung im Laden ist selbstverständlich.

Der Kundenrabatt von 2 % und die Möglichkeit des Erwerbs eines Kleidungsstückes pro Saison zum Einkaufspreis erleichtern den Zugang zu Bio- und Fair-Trade-Produkten.

### 11.12 C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Der Weltladen ist ein Ort der aktiven Teilhabe und Mitbestimmung aller Mitwirkenden. Alle können ihre Ideen, Anregungen oder Impulse einbringen und so Mitverantwortung übernehmen und dazu zum Wohl des Unternehmens beitragen. Die Identifikation mit dem Unternehmen steigt und ist so allen nützlich. Die Geschäftsführung hat größtmögliche Freiheit bei Entscheidungen im laufenden Geschäft.

In den monatlichen MitarbeiterInnen-Treffen werden Informationen weitergegeben, Meinungen ausgetauscht und Entscheidungen getroffen.

Durch die Einladung zur Mitfahrt zu Messen und dem Ausschauen von Waren, haben sie die Möglichkeit das Angebot des Geschäftes mitzugestalten.

In jede wesentliche Entscheidung werden die betroffenen Mitarbeiterinnen eingebunden.



### 11.13 D1 Ethische Kundenbeziehung

In unserem Betrieb stehen die Kundinnen als Menschen mit ihren Bedürfnissen und Wünschen im Vordergrund und werden nicht als Umsatzträger gesehen.

Keinesfalls werden verkaufpsychologische Tricks angewendet, um Kunden zu übervorteilen (Lockvogelangebote, Rabattaktionen, Verlosungen, usw.) Die Mitgabe von Zeitungen und Broschüren wird nur auf Nachfrage vorgenommen. Ein- bis zweimal jährlich wird ein Rundbrief an die StammkundInnen verschickt.

Zweimal jährlich wird auch das Weltladenmagazin der **ARGE Weltläden** verschickt, bzw. aufgelegt. An der Kassa wird den KundInnen angeboten, Stammkunde zu werden. Wir verwalten die Kunden nur im PC und geben keine Kundenkarten aus. Jeder Kauf wird eingetragen und bei einer Summe von 150,- werden 2 % vergütet.

Der Weltladen Lienz ist auf **FACEBOOK** vertreten – mit der Idee, möglichst viele Menschen zu erreichen. Ein Warenaustausch (ausgenommen Lebensmittel) ist innerhalb einer gewissen Frist gegen Gutschrift möglich.

### 11.14 D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

#### KOOPERATIONEN

##### Vereine:

Der Weltladen ist Mitglied des Vereines **Messinggasse/Obere Altstadt** und beteiligt sich an gemeinsamen Aktionen und Veranstaltungen, z. B. Moonlightshopping usw.

##### Marktbegleiter:

Selbstverständlich weisen wir Kunden auf unsere Marktbegleiter, wie z. B. Reformhaus, Bioladen, usw., hin, wenn Kundenwünsche dort besser erfüllt werden können.

##### Schulen:

NMS „Egger Lienz“: Fair Trade-Schule seit 2015. Seither Mitgestaltung des Weltladentages.

2017 Start des Interregprojektes im Auftrag des RMO-Interreg-Kleinprojekts ITAT4036 Gemeinsam für ein gerechtes und nachhaltiges Wirtschaften: „Eine grenzüberschreitende Begegnung zu den Themen Fairer und Gerechter Handel - und Erfahrungen“

##### Workshopangebote für Höhere Schulen:

Wir bieten den Volksschulen des Bezirkes den Bildungskoffer: **„Eine Welt – wir gehören zusammen“** zum Verleih, sowie Workshopangebote für höhere Schulen.

**Diverse Bildungseinrichtungen:** Veranstaltungskooperationen mit Bildungshaus Osttirol, Pfarreien (Basare), Bücherei Lienz, usw.

**Weltläden in den angrenzenden Regionen Südtirol und Belluno:** Austausch und Kooperation mit Bruneck, Toblach und Belluno Im Rahmen von Interregprojekten.

##### Lieferanten:

Wir sind solidarisch mit Lieferanten in Problemsituationen durch Vorfinanzierung von Lieferungen und Produkteinführung.

### 11.15 D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Der faire Handel verzichtet, so weit möglich, auf den Einsatz von Plastik in der Produktion.

Handwerk ist zu 95 % aus leicht abbaubaren oder wieder verwertbaren Rohstoffen hergestellt. Großteils aus Holz und Metallen. Alle Glaswaren sind Recyclingwaren.

Das Design ist zurückhaltend und unterliegt nicht schnell wandelnden Modetrends. Bekleidung wird zum Großteil aus Fair Trade- und GOTS-zertifizierter Baumwolle hergestellt, die Farben entsprechen europäischen Standards. Seit einiger Zeit wird bei der Herstellung von Kleidung, Stofftaschen, usw. auf Wiederverwendung von gebrauchten Textilien Wert gelegt.

Auch aus Abfallprodukten hergestellte Waren, wie Taschen aus leeren Kaffee- und Saftpackungen, Fahrradreifen und Militärzelten, werden angeboten.

Bei einigen Lieferanten besteht Verbesserungspotential in Bezug auf die verwendeten Verpackungsmaterialien. Im Rahmen unserer Möglichkeiten bemühen wir uns, auf unsere Lieferanten diesbezüglich positiv einzuwirken. Zunehmend sind sie bereit, nachhaltige Verpackungsmaterialien einzusetzen - speziell deutsche Lieferanten sind Vorreiter.

Seit Jahren verzichten wir auf aufwendige Verpackung von Geschenken, Folien sind aus dem Laden verbannt. Im Sortiment führen wir Geschenkboxen aus Papier, die einen hohen Wiedergebrauchswert haben.

Wir bemühen uns, kreative, nachhaltige Verpackungsideen umzusetzen.

Aus Platzgründen müssen wir unser Lager klein halten. Dadurch ergibt sich die Notwendigkeit, Warenbestellungen dementsprechend öfter durchzuführen.

Für faires und ökologisches Anliefern fehlen Alternativen.

In Zukunft möchten wir für Papiertaschen ein Entgelt einheben, um den Verbrauch einzuschränken.



### 11.16 D4 Kund\*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Gezielten Nachfragen nach Produkten suchen wir Rechnung zu tragen.

Die Produkt- und Sortimentsgestaltung obliegt den Lieferanten. Es gibt Feedback-Schleifen der Kunden bzw. unserer Mitarbeiter zu den Lieferanten bzw. Produzenten. Die Einflussnahme ist allerdings relativ gering.

Die Rückverfolgbarkeit in der Zulieferkette ist zu 100 % gegeben.

Die Produkttransparenz ist bei Lebensmitteln vorbildlich. Herkunft, Inhaltsstoffe und Biosiegel sind auf den Verpackungen angegeben. Die Informationen gehen über die gesetzlichen Vorgaben hinaus.

Beim Handwerk ist die Produktinformation aus technisch-organisatorischen Gründen eingeschränkt. Beim Handwerk ist die Produktinformation aus technisch-organisatorischen Gründen eingeschränkt.

Die Preisfindung stellen wir am Beispiel einer Kaffeepreiskalkulation der EZA dar:

#### Organico, 250 g, gemahlen

€ 3,99 Produzentenpreis	
+ FLO-Prämie	
+ Bio-Prämie	
+ Qualitätszuschlag	
Handelspartner.....	32 %
Verarbeitung, Transport, Verpackung.....	12 %
Mehrwertsteuer.....	17 %
EZA.....	20 %
Einzelhändler.....	19 %



### 11.17 E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Alle Lebensmittel haben Einfachnutzen - Handwerk, Kleidung Mehrfachnutzen.

Keines der Produkte beinhaltet einen Negativnutzen oder Pseudonutzen.

Kaffee, Tee, Getränke, und andere Lebensmittel, Kleidung, Glas, Keramik erfüllen Grundbedürfnisse. Handwerk, Kosmetik und Wellness, Taschen, Leder, Schmuck sind sowohl Grundbedürfnis als auch Luxus. Der Übergang ist fließend.

Die Produkte des Fairen Handels werden sozial verträglich und weitgehend ökologisch erzeugt und tragen so zur Schonung der Ressourcen bei.



Die **WFTO-Standards** finden sich in den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung der UNO wieder.

Alle 17 UN-Entwicklungsziele finden sich in den WFTO-Standards wieder und sind relevant für FAIRTRADE-ProduzentInnen. Für den Fairen Handel selbst sind vor allem jene Ziele von Bedeutung, die eng mit dem Exporthandel verbunden sind:

**Ziel 2:** den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern

**Ziel 5:** Geschlechtergerechtigkeit und Selbstbestimmung für alle Mädchen und Frauen erreichen

**Ziel 8:** dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern

**Ziel 12:** für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen

**Ziel 13:** umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen  
**Ziel 16:** friedliche und inklusive Gesellschaften im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung fördern, allen Menschen Zugang zur Justiz ermöglichen

**Ziel 17:** Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung wiederbeleben

### 11.18 E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Als agierendes Unternehmen bzw. Organisation im gesellschaftlichen Umfeld und innerhalb einer sozialen Gemeinschaft entrichten wir Umsatzsteuer, Steuern für Löhne und Beiträge für die Sozialversicherung.

Förderungen und Subventionen erhalten wir nicht. Die Erfüllung des Bildungsauftrages erfolgt durch Zusammenarbeit mit Schulen und **FAIR-Anstaltungen** verschiedener Art (Vorträge, Workshops, Kochkurs, Gestaltung eines Kochbuches, jährlicher Weltladentag).

### 11.19 E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Strom (inkl. Heizung).....	ca. 10.000 Kwh ( € 1.707,78)
Wasserverbrauch.....	ca. 3.9 Kubikmeter (€ 44,57)
Papier.....	€ 30,-
Putzmittel.....	€ 20,-

Ladenlokal und Büro werden mit Strom beheizt. Aufgrund der Gegebenheiten ist es nicht möglich, auf Alternativen auszuweichen. Mitte 2017 – Umzug von Büro und Lager in einem separaten Raum.

Der anfallende Abfall wird ordnungsgemäß getrennt entsorgt.

Fahrten zu Konferenzen und mehrtägigen Veranstaltungen werden immer mit öffentlichen Verkehrsmitteln getätigt.

Zur Teilnahme an Regionaltreffen und Warenbörsen (eintägig) sind wir aufgrund der geografisch exponierten Lage, meistens gezwungen mit dem PKW zu fahren.

Umweltdaten werden nicht erhoben.

### 11.20 E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Der Verein **Trikont Weltladen Lienz** bietet allen Interessierten die Möglichkeit, als Vereinsmitglied Prozesse und Entscheidungen mitzugestalten.

Gemeinwohlbericht und -bilanz werden veröffentlicht.



## 12. Ausblick

### 12.1 Kurzfristige Ziele

- Schaffung eines Teilzeitarbeitsplatzes im Verkauf.
- Unterstützung der Stadtgemeinde Lienz auf dem Weg zur Fair Trade-Stadt.
- Weiterentwicklung des Betriebes im Sinne der Gemeinwohlökonomie.
- Idee und Anliegen der Gemeinwohlökonomie in der Region vermehrt zu unterstützen.

#### ALLGEMEINER AUSBLICK

Die Verfügbarkeit von FT-Produkten im Einzelhandel und Supermärkten, sowie der stark wachsende Online-Handel stellt die Weltläden vor neue Herausforderungen, welchen wir mit Markenstärkung, Kompetenz und Einkaufserlebnis im Fachgeschäft begegnen.

### 12.2 EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207)

Im Mai 2014 stimmte der Ministerrat der EU einer Richtlinie zu, die noch in nationales Recht umzusetzen ist. Die offenzulegenden Informationen (obligatorisch ab 500 Mitarbeitenden) sind:

- Beschreibung des Geschäftsmodells. Was ist der Zweck des Unternehmens, womit wird Nutzen gestiftet für Kunden, wodurch werden Gewinne erwirtschaftet.
- Welche Politiken verfolgt das Unternehmen, um die Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in **Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption** zu gewährleisten?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsprozesse in diesen Bereichen?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Bereichen?
- Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?
- Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditiert ist.

## 13. Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Mitarbeit an der Erstellung der Gemeinwohlabilanz:

- Veronika John
- Elke Hecht
- Maria Kraler

Die aufgewendeten Arbeitsstunden wurden nicht erhoben.

Im November 2017 beschloss der Vorstand eine Fortsetzung des Gemeinwohlökonomie-Prozesses. Die Mitarbeiter waren nicht weiter eingebunden.

Datum: 31.1.2019



# WELT LADEN

GERECHT HANDELN – SINNVOLL KAUFEN.

