



Diözesanverband Münster

Gemeinwohl-Bericht

kfd-Diözesanverband Münster e.V.

Vollbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1

Berichtszeitraum: 01.01.2021 bis 31.12.2022

Erstellungsdatum: 24.04.2024



Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	kfd-Diözesanverband Münster e.V.
Rechtsform:	eingetragener Verein
Eigentum- und Rechtsforms:	Verein im Eigentum der Mitglieder
Website:	www.kfd-muenster.de
Branche:	P - Bildung
Firmensitz:	Münster, Deutschland
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	24,08 Personen Die Gesamtzahl enthält wie die VT-Äquivalente auch Ehrenamt, Geistliche Leitung sowie Auszubildende. Auch hier sind die Ehrenamtlichen der Orts- und Regionalebene nicht erfasst.
Vollzeitäquivalente:	11,72 FTE In den hier dargestellten Zahlen sind die ehrenamtlichen Vorstandsmitglieder enthalten. Ebenfalls sind die Geistlichen Leiterinnen, die für die kfd arbeiten, aber beim Bischöflichen Generalvikariat angestellt sind. Auch die Auszubildende ist hier enthalten (s. dazu auch angehängte Datei). Auf der Regional- und Ortsebene arbeiten ebenfalls sehr viele Frauen ehrenamtlich mehr als vier Std./Woche. Eine Erfassung dieser Arbeit ist hier nicht möglich.
Saison- und Zeitarbeitende:	0 Personen
Umsatz:	597.695,36 € Diese Zahlen enthalten einen großen Teil an Mitgliedsbeiträgen. Dies ist kein Umsatz im eigentlichen Sinne.
Jahresüberschuss:	10.965,13 €

(Diese Werte beziehen sich auf das letzte vollständige (Geschäfts-) Jahr 2022.)

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen:

Berichtszeitraum: 01.01.2021 bis 31.12.2022

Kurzpräsentation des Unternehmens

Der kfd-Diözesanverband Münster e.V. ist die Katholische Frauengemeinschaft im Bistum Münster. Der Verband ist einer der größten Frauenverbände und zählt im Bistum Münster ca. 80.000 Mitgliedsfrauen, bundesweit ca. 350.000. Ein Großteil dieser Frauen ist auf Gemeindeebene in ca. 450 Gruppen im Bistum Münster organisiert. Darüber hinaus bieten sich auch andere Formen des Engagements.

Die kfd will als Stimme für Frauen in Kirche und Gesellschaft fungieren und versteht sich als Interessenvertreterin für Frauen. Sie realisiert dies durch politische Positionierungen, Bildungsangebote sowie durch Beratungs- und Servicedienstleistungen. Die Vernetzung und Kooperation mit anderen Organisationen wird dabei zunehmend in den Blick genommen.

Ihre thematischen Schwerpunkte sind

- Geschlechtergerechtigkeit und Vielfalt sowie grundlegende Reformen in Kirche
- Gleichstellung aller Geschlechter und Verbesserung der Perspektiven für Frauen in Gesellschaft und Arbeitswelt
- Bewahrung der Schöpfung
- Verbesserung der Lebensbedingungen von Frauen weltweit
- Persönliche Weiterentwicklung von Frauen
- Kultur

Produkte / Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
Bildung	50
Beratung	30
Service-/Unterstützungsdienstleistungen	20

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Im Zuge der Beschäftigung mit und auf der Suche nach alternativen Formen des Wirtschaftens wurde die Geschäftsführerin Maria Terbeck vor einigen Jahren während einer Fahrrad-Demo auf die Gemeinwohl-Ökonomie aufmerksam. Daraufhin arbeitete sie in der Regionalgruppe Münsterland mit, wo sie auch die Gemeinwohl-Bilanz kennenlernte und dies als Möglichkeit für den kfd-DV MS in Erwägung zog.

Sie stellte das Konzept der GWÖ Anfang des Jahres 2020 dem Vorstand vor, der sich sofort für eine Gemeinwohl-Bilanz entschied. Nach Beratung mit dem GWÖ-Berater sollte dies im Rahmen einer Peer-Gruppen-Evaluierung stattfinden. Leider verzögerte sich der Beginn der Bilanzierung u.a. aufgrund von Corona auf den Herbst 2022.

Bereits in der Vergangenheit beschäftigte sich der kfd-DV MS mit Themen, die im Rahmen der GWÖ relevant sind, v.a. mit dem Thema Lieferketten. Eine Zertifizierung im Programm "Zukunft einkaufen" wurde zugunsten der Gemeinwohl-Bilanzierung fallengelassen, da die GWÖ weitergehend und ganzheitlicher ist und viel mehr Aspekte in den Blick nimmt.

Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

Der kfd-DV MS hat in der jüngsten Vergangenheit folgende spezielle auf die GWÖ gerichtete Aktivitäten vorgenommen:

- Mitarbeit in der GWÖ-Regionalgruppe Münsterland
- Bildungsangebote, um die GWÖ im Verband zu platzieren
- Zur Verfügung stellen von Räumlichkeiten
- Engagement für das Thema Lieferketten - auch in Kooperation mit anderen Akteuren (z.B. Christliche Initiative Romero) und erste Betrachtung der eigenen Lieferketten

Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

Maria Terbeck, terbeck@bistum-muenster.de

Testat



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Peerevaluationsprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:



Zertifikat:	Peerevaluation	Gemeinwohl-Bilanz	kfd-Diözesanverband Münster e.V.	
	M5.0 Vollbilanz	01.01.2021 – 31.12.2022	PG-MSOS-2022	
zert. Begleiter*in	Claudia Schleicher Tobias Daur	Beteiligte Peergruppen Firmen		
		• FT Forum Tiergesundheit GmbH, Biele • Fleischerei Andreas Witte, Osnabrück		
Wert	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Beurteilungsgruppe	A1 Menschenwürde in der Lieferkette:	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette:	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette:	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette:
A: LIEFERANT*INNEN	50 %	70 %	40 %	30 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ- PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:	B4 Eigentum und Mitentscheidung:
	80 %	100 %	70 %	60 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz:	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge:	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:
	40 %	50 %	30 %	50 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen beziehungen:	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern:	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:	D4 Kund*innen- Mitwirkung und Produkttransparenz:
	60 %	70 %	60 %	50 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:	E2 Beitrag zum Gemeinwesen:	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen:	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:
	70 %	50 %	30 %	40 %
Zertifikat gültig bis 31.01.2026			BILANZSUMME: 495	

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: gwt1
Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 12.10.2024

Bridget Knapper and Markus Müllenschläder / Executive Directors
International Federation for the Economy for the Common Good e.V., VR 24207

INTERNATIONAL
FEDERATION
for the Economy for the Common Good e.V.

A Lieferant*innen

Unsere Lieferanten kommen vor allem aus den Bereichen Druck, Dienstleistungen, Beratung, Lebensmittel und Bildung (Tagungshäuser und Referent*innen).

die Mitarbeiter*innen sind angehalten, nach folgenden Kriterien auszuwählen

- Preis
- lokale Anbieter*innen
- faire Lieferketten
- ökologische Nachhaltigkeit

Nicht immer ist diese Auswahl einfach, weil Informationen nicht vorliegen oder nur wenige Anbieter zur Verfügung stehen.

Nach Möglichkeit werden lokale Anbieter gewählt, Online-Bestellungen sollten die Ausnahme sein und dabei werden bestimmte Anbieter außen vor gelassen, wenn bekannt ist, dass sie den Kriterien nicht entsprechen.

Aufgrund von geringen Einflussmöglichkeiten ist es mitunter schwierig, tatsächlich Einfluss auf Lieferant*innen und deren Lieferketten auszuüben. Da wo es Möglichkeiten gibt, werden diese genutzt (z.B. Tagungshäuser etc.)

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Produkte/ Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?
- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant*innen vorliegen?
- Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?
- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Berichtsantwort

Folgende Produkte + Dienstleistungen werden zugekauft

- Referent*innen für verschiedenste Themen in Bildungsveranstaltungen
- Bildungshäuser, Tagungsräume
- Büromaterial, Bildungsmaterial
- Lebensmittel und Catering
- Hard- und Software sowie zugehörige Dienstleistungen
- Beratung

- Rechtsberatung
- Datenschutz
- Steuerberatung
- Supervision / Coaching etc.
- Fachliteratur, Medien
- Web- und Layoutdienstleistungen
- Druckerzeugnisse
- Reinigung

Zunächst wird versucht, lokal einzukaufen. Dabei wird Wert darauf gelegt, dass die Produkte fair und bio sind. Bei Lebensmitteln ist dies zum großen Teil bereits umgesetzt (Kaffee, Tee von el Puente und Gepa, lokales Catering von sozialen Einrichtungen oder Cibaría).

Es wird möglichst nach folgenden Kriterien ausgewählt

- lokale / regionale Anbieter
- Faire Lieferketten + Arbeitsbedingungen
- ökologische Nachhaltigkeit
- Preis

Aufgrund von Kooperationen und Verbindungen innerhalb der katholischen Landschaft im Bistum Münster sind einige Kreditör*innen bereits vorgegeben (Tagungshäuser, EDV über das BGV). In diesen Fällen werden die Kriterien in der Regel aber gut umgesetzt.

Wir setzen auf langfristige Geschäftsbeziehungen, in denen auch Gespräche über die Kriterien geführt werden. So wurde z.B. bereits mehrfach mit dem Reinigungsdienst über ökologische Nachhaltigkeit und faire Arbeitsbedingungen und Bezahlung (Tarif) verhandelt. Auch z.B. in den Tagungshäusern regen wir Verbesserungen an, wenn Sachverhalte auffallen, die den Kriterien nicht entsprechen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der zugekauften Produkte/ Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

2022:

Branche	Ausgaben (in €)
I - Beherbergung und Gastronomie	42.296,06
J - Information und Kommunikation	39.762,51
N - Administrative und unterstützende Dienstleistungen	29.048,66
Cc - Produktion von Holz- und Papierprodukten sowie Drucksorten (C16, C17, C18)	30.947,74
L - Immobilienwirtschaft	47.596,24
Übrige Lieferanten	95.892,31

2021:

Branche	Ausgaben (in €)
J - Information und Kommunikation	38.404,70
Cc - Produktion von Holz- und Papierprodukten sowie Drucksorten (C16, C17, C18)	22.364,62
I - Beherbergung und Gastronomie	38.104,67
P - Bildung	10.458,50
L - Immobilienwirtschaft	45.573,22
Übrige Lieferanten	85.326,77

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

2022: 90 %**2021:** 90 %**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:****Verbesserungspotenziale/Ziele:****Lieferant*innen-Befragung**

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

Berichtsfragen

- Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

Berichtsantwort

Eine besondere Gefährdung ist sicherlich im Bereich der Reinigung gegeben. Das Unternehmen, das die Räume reinigt, ist langjähriger Partner der Vermieterin (Bischof-Hermann-Stiftung) und zahlt tariflich und betreut die Reinigungskräfte intensiv.

Eine weitere Gefährdung prekärer Arbeitsverhältnisse liegt im Bereich der Postdienstleistungen vor. Es wird möglichst wenig online bestellt, um die ökologischen und sozialen Konsequenzen des Online-Handels nicht zu forcieren. Bei den Briefdienstleistungen hat das Bistum (über das die Post versandt und z.T. empfangen wird) einen Dienstleister beauftragt, bei dem die Arbeitsbedingungen und Bezahlung wahrscheinlich nicht vorbildlich sind. Dies wurde durch uns mit dem Bistum thematisiert und z.T. haben wir andere Lösungen gesucht. Inzwischen ist die Geschäftsbeziehung mit dem Dienstleister beendet.

In den anderen Bereichen ist keine besondere Gefährdung gegeben. Eine vollständig faire Lieferkette kann jedoch nicht garantiert werden, da die Produktionsprozesse nicht komplett transparent oder bekannt sind.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant sind

2022: 0 %

2021: 0 %

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch unbedenklich sind

2022: 100 %

2021: 100 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

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?
- Wie zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Berichtsantwort

Mit den Lieferant*innen versuchen wir fair umzugehen. Angebotene Preise, z.B. für Honorare oder Leistungen werden i.d. R. akzeptiert und auch die Vertragsbedingungen sind fair gestaltet. Eingangsrechnungen werden zügig bearbeitet und i.R. innerhalb von ca. einer Woche bezahlt.

Die meisten Geschäftsbeziehungen sind von langer Dauer (> 10 Jahre), insbesondere, wenn es sich um wiederkehrende Leistungen handelt. Für einzelne Aktionen werden auch immer wieder aufgrund ihrer Beschaffenheit und aufgrund von dezentralen Notwendigkeiten einmalige Einkäufe getätigt.

Einen Abbruch einer Geschäftsbeziehung aufgrund eines unfairen Umgangs hat es von Seiten der Lieferant*innen noch nie gegeben. Grundsätzlich wird das Gespräch gesucht und offen kommuniziert.

Da die Lieferant*innen nicht gezwungen werden, unterhalb ihres kalkulierten Preises anzubieten, gehen wir davon aus, dass sie über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen.

Verifizierungsindikatoren

Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen

2022: 10,39 Jahre

2021: 9,4 Jahre

Der Durchschnitt der Dauer wurde berechnet ab 2007, dem Jahr, in dem der Verband selbständiger e.V. wurde. Teilweise bestehen die Geschäftsbeziehungen schon viel länger.

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

dieser Indikator macht für uns keinen Sinn.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Berichtsantwort

Wie in A2.1 beschrieben haben wir versucht, im Bereich der Briefdienstleistungen Einfluss auf die Lieferkette auszuüben.

Aufgrund der relativ geringen Marktmacht haben wir keinen allzu großen Einfluss über unser Einkaufsverhalten. Jedoch versuchen wir die Möglichkeiten trotzdem zu nutzen.

Sofern Produkte gelabelt sind, versuchen wir, diese einzukaufen. Besonders bei Lebensmitteln ist dies bereits umgesetzt. In anderen Bereichen (z.B. Büromaterial) wird ebenfalls darauf geachtet. Nicht für alle Produkte liegen Label und Zertifikate vor. Z.T. müssen wir uns auf die Aussagen der Lieferant*innen verlassen.

Verifizierungsindikatoren

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

2022: 50 %

2021: 50 %

Es handelt sich um Schätzwerte, da es eine Vielzahl an Kleinkäufen gibt. Dabei achten wir aber auf Fairen Handel etc.

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

2022: 30 %

2021: 30 %

Es handelt sich um Schätzwerte. Aufgrund geringer Einkaufsmengen ist unser Einfluss gering, fairer Umgang spielt aber bei der Auswahl eine Rolle.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

Berichtsfragen

- Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant*innen, und wie wird sie eingesetzt?
- Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?
- Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

Berichtsantwort

In der Regel haben wir keine ausgeprägte Marktmacht. Sollte in einzelnen Bereichen eine Einflussmöglichkeit bestehen, wird diese nicht zu Lasten der Lieferant*innen genutzt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?
- Welche Arten von Energie und Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?
- Nach welchen Kriterien werden Rohwaren, Produkte, Dienstleistungen ausgewählt?
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?

- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?
- Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?
- Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Berichtsantwort

Energie: Es wird durch Geothermie geheizt und Ökostrom bei den Münsteraner Stadtwerken bezogen.

Folgende Produkte werden eingekauft: Lebensmittel, Büromaterial, Medien. Maßgabe ist, dabei auf ökologisch verträgliche und fair gehandelte Produkte zu achten. Der größte Posten ist Papier und Versandmaterial. Dies ist in der Regel Recycling-Material mit den entsprechenden Labels (Blauer Engel etc.).

Da die IT über die IT-Abteilung des Bistums bezogen wird, sind hier die Einflussmöglichkeiten gering, werden aber möglichst genutzt (längere Nutzung von Geräten, Verabredung zur Nutzung von Programmen z.B. im Open Source-Bereich)

Rohwaren werden nicht bezogen. Zum Weiterverkauf werden nur Kaffee (bio + fair) sowie Porzellantassen eingekauft (s. Berührungsgruppe D)

Nach Möglichkeit wird vor Ort eingekauft, dies lässt sich aber nicht immer umsetzen. Dann wird darauf geachtet, z.B. Büromaterial in größeren Mengen einzukaufen, damit die ökologischen Auswirkungen geringer ausfallen.

Dienstleistungen werden ebenfalls möglichst lokal/regional in Anspruch genommen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind

2022: 80 %

2021: 80 %

Es handelt sich um Schätzwerte.

Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen

2022: 50 %

2021: 50 %

Es handelt sich um Schätzwerte.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

Berichtsfragen

- Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

Berichtsantwort

In der Zulieferkette sind keine Lieferant*innen mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen vorhanden.

Verifizierungsindikatoren

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

2022: 0 %

2021: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?
- Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?
- Wie zufrieden sind Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

Berichtsantwort

In der Regel werden bei den Lieferant*innen keine relevanten Mengen eingekauft, so dass unser Einfluss relativ gering ist. In der Regel werden die Liefer- und Zahlungsbedingungen der Lieferant*innen akzeptiert.

Im Sinne von möglichst langjährigen und fairen Kooperationsbeziehungen, auch zu Einzelpersonen (z.B. Referent*innen), werden diese immer wieder einbezogen und ggfls. bereits in die Planung und Beratung eingebunden. Bei den Aufträgen, bei denen es relevant ist, wird mit den Lieferant*innen frühzeitig gemeinsam die Planung bzgl. Zeitpunkt und Umfang gemacht, damit diese für sich Materialbeschaffung und Personaleinsatz planen können (z.B. größere Druckaufträge, Layoutaufträge).

In manchen Fällen wird das Gespräch gesucht und gemeinsam nach Lösungen gesucht, wenn sich Planungen ändern oder Vertragsbedingungen nicht eingehalten werden können (z.B. Planungen zur EDV).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Berichtsantwort

Wir setzen in den Beziehungen zu den Lieferant*innen auf Fairness und Vertrauen und suchen das Gespräch, wenn sich Änderungen ergeben oder sich eine Unzufriedenheit ergibt. Auf keinem Fall werden negative Einflüsse geltend gemacht. Sollten uns bei den Lieferant*innen Umstände bekannt werden, die ökologische oder soziale negative Auswirkungen haben, versuchen wir, Alternativen zu finden und beenden ggfls. die Geschäftsbeziehung. In den Fällen, in denen wir einen gewissen (in der Regel geringen) Einfluss haben, würden wir jedoch zunächst mit den Lieferant*innen ins Gespräch gehen. Dies wird mit allen Mitarbeiter*innen kommuniziert.

Labels, die Transparenz und Mitentscheidung bei den Vorlieferant*innen angeben, wurden bisher bei den Einkaufsentscheidungen nicht explizit als Kriterium angesetzt. Wenn wir bei einzelnen Lieferant*innen Kenntnis davon haben, ist dies jedoch auf jeden Fall ein positives Entscheidungskriterium.

Insbesondere bei Lieferant*innen, mit denen intensivere Geschäftsbeziehungen bestehen, werden die Aspekte thematisiert. Diese machen aber in der Gesamtzahl der Lieferant*innen nur einen kleinen Teil aus, da insbesondere vor Ort dezentral teilweise sporadische Geschäftsbeziehungen bestehen. Bei den meisten dieser Lieferant*innen haben wir keinen Einfluss.

Durch Bildungsarbeit wird auch das Thema faire und ökologische Zulieferketten im Verband realisiert und ein Bewusstsein dafür geschaffen.

Verifizierungsindikatoren

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

2022: 5 %

2021: 5 %

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

2022: 2 %

2021: 2 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

Als Verein sind die Eigentümer die Mitglieder des Verbandes. Dieses sind derzeit ca. 80.000 im Bistum Münster. Die Mitgliedsbeiträge machen den größten Anteil in der Finanzierung des Verbandes aus.

Die demokratische Teilhabe ist lt. Satzung über ein Delegationssystem gewährleistet (s. Anlage). Das höchste Gremium des Verbandes ist die Diözesanversammlung.

Aufgrund verschiedener Entwicklungen (demografisch, abnehmende Tendenz, sich an eine Organisation zu binden etc.) nehmen die Mitgliedszahlen stetig ab. Durch die Coronapandemie wurde dieser Trend deutlich verschärft.

Die Entwicklung der Einnahmen ist daher degressiv. Durch eine Beitragserhöhung im Jahre 2015 und die dadurch in den Folgejahren zufließenden Beitragseinnahmen konnte zunächst ein Vermögen aufgebaut werden. Durch die progressive Entwicklung von Kosten (Tarifsteigerungen, Preissteigerungen) und die degressive Einnahmenentwicklung wird dieses Vermögen in den Folgejahren abgeschmolzen. Durch die Coronapandemie wurde der Prozess jedoch verlangsamt, da viele Angebote nicht durchgeführt werden konnten. Die Beiträge für das Mitglied setzen sich aus mehreren Bestandteilen zusammen. Darin enthalten ist auch ein Anteil für den kfd-Bundesverband. Da dieser im Jahr 2021 eine Erhöhung ab 2024 beschlossen hat, hat die Diözesanversammlung im Oktober ebenfalls eine Erhöhung für den kfd-DV MS beschlossen. Die Notwendigkeit wäre eigentlich erst ca. zwei Jahre später gegeben gewesen. Jedoch soll das unbeliebte Thema der Beitragserhöhung das Handeln des Verbandes nicht über viele Jahre bestimmen.

Ein weiterer Baustein in der laufenden Finanzierung der Aktivitäten des kfd-DV MS sind Zuschüsse durch das Bischöfliche Generalvikariat Münster. Diese stammen aus einem eigens für die katholischen Verbände eingerichteten Fonds, der aus Kirchensteuern finanziert wird. Voraussetzung für diese Finanzierung ist die Verankerung des Codex Iuris Canonici, der auch Auswirkungen auf das Arbeitsrecht hat. Darüber hinaus müssen die Präventionsrahmenordnungen

in der Satzung geregelt sein. Eine weiteres Mitspracherecht über die inhaltliche, politische und strategische Ausrichtung durch das BGV ist nicht gegeben.

Als Finanzdienstleister hat der kfd-DV MS die DKM ausgewählt. Diese berät den Verband und übernimmt fast sämtliche Finanzdienstleistungen. Die inhaltliche Ausrichtung orientiert sich an den ethischen Kriterien der Deutschen Bischofskonferenz, die explizit das ethisch-nachhaltige Investment in den Vordergrund stellt - [DKM Partner für Kirche + Caritas Home](#)

Gemeinsam mit der DKM hat der Verband im Jahr 2021 Anlagerichtlinien aufgestellt, die die Grundlage für die Vermögensanlage darstellen. Diese wurde durch die Delegierten der Diözesanversammlung beschlossen (s. Anlage).

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Berichtsfragen

- Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?
- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?

Berichtsantwort

Die Finanzierung des Verbandes erfolgt zum größten Teil über drei Einnahmequellen

- Mitgliedsbeiträge
- Zuweisungen des Bistums und Fördermittel für Projekte und Veranstaltungen
- Teilnahmebeiträge

Die Teilnahmebeiträge sind mit Abstand die kleinste dieser drei Erlösarten. Sie decken maximal die Kosten der Veranstaltungen ab. Es werden keine Gewinne dadurch generiert, da insbesondere die Bildung Satzungszweck ist und eine Teilnahme einer großen Zielgruppe ermöglicht werden soll. Aufgrund der Pandemie konnten viele Veranstaltungen nicht durchgeführt werden und die Teilnahmebeiträge fielen in diesen Jahren sehr viel geringer aus. Gleichzeitig fielen auch viele Kosten nicht an.

Die Bistumszuweisungen erfolgen nach bestimmten Kriterien, u.a. den Aktivitäten in den Bereichen Bildung und religiöse Maßnahmen, aber auch nach Mitgliedszahlen. Aufgrund von Kirkenaustritten und demografischen Entwicklungen werden diese Mittel zurückgehen. Die Akquise von Projektfördermitteln wird weiter ausgebaut und soll eine weitere eigene Säule der Finanzierung werden.

Die Mitgliedsbeiträge werden so angepasst, dass eine ausreichende Finanzierung gewährleistet ist. Da nicht kontinuierlich erhöht wird, sondern bedarfsorientiert in Stufen, erfolgt zunächst ein Aufbau von Eigenmitteln, die dann wieder abgeschmolzen werden. Die Entscheidung darüber fällt die Diözesanversammlung. Gewinne sollen damit nicht erzielt werden, um die Mitglieder nicht übermäßig zu belasten.

Verifizierungsindikatoren

Eigenkapitalanteil

2022: 91,8 %

2021: 92,26 %

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Berichtsfragen

- Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?
- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Berichtsantwort

Wie in B1.1 dargestellt, bilden die Mitgliedsbeiträge einen großen Teil der Finanzierung des Verbandes. Somit trägt die Berührungsgruppe der Mitglieder (einerseits D - "Kundinnen", andererseits B - "Eigentümerinnen") diesen Teil.

Kredite wurden in der Vergangenheit nicht aufgenommen, da durch Mitgliedsbeiträge vorgesorgt wurde.

Der Fremdkapitalanteil setzt sich zusammen aus Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und Rückstellungen (z.B. für einen Finanzierungsbeitrag für den Defizitausgleich der KZVK) sowie Rechnungsabgrenzungsposten.

Verifizierungsindikatoren

Fremdkapitalanteil

2022: 8,2 %

2021: 7,74 %

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Berichtsfragen

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

Berichtsantwort

Unsere Finanzpartnerin ist die DKM, die Darlehnskasse im Bistum Münster.

Die DKM verschreibt sich ausdrücklich den ethisch-nachhaltigen Richtlinien der deutschen Bischofskonferenz.

- [Nachhaltiges Investment \(dkm.de\)](https://www.dkm.de)
- [DKM Partner für Kirche + Caritas Unsere Kriterien](#)

Gemeinsam mit der DKM wurden Anlagerichtlinien aufgestellt, die diese Richtlinien explizit berücksichtigen.

Verifizierungsindikatoren

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Berichtsfragen

- Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden, und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?
- Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Berichtsantwort

Aufgrund der Organisationsstruktur und den von den Gremien herbeigeführten Entscheidungen entwickeln sich die Einnahmen in Wellen. Es gibt eine Erhöhung der Mitgliedsbeiträge, die zunächst für höhere Überschüsse sorgen, die dann in den Folgejahren immer geringer werden bzw. Jahresfehlbeträge folgen. (Aufgrund der Corona-Pandemie konnten Veranstaltungen und Projekte nicht umgesetzt werden, wodurch insbesondere variable Kosten nicht anfielen und somit noch Jahresüberschüsse generiert werden konnten.)

Somit dienen die Überschüsse tatsächlich der Vorsorge für Folgejahre, in denen die Einnahmen aufgrund von Mitgliederentwicklung (z.B. durch demografischen Wandel) zurückgehen, die Kosten jedoch kontinuierlich steigen (Tarifierhöhungen, allg. Kostensteigerung). Ziel ist grundsätzlich immer die langfristige Sicherung des Verbandes. Dazu werden Zukunftsplanungen erstellt und anhand von Szenarien werden entsprechende Entscheidungen getroffen (z.B. Beitragsanpassungen etc.).

In den Zwischenzeiten werden die Überschüsse bei der DKM angelegt. Zu diesem Zweck wurden durch die Diözesanversammlung Anlagerichtlinien verabschiedet, die die Orientierung an den ethisch-nachhaltigen Kriterien der DBK beinhalten und die explizit einen Mix an Finanzprodukten

vorsehen (z.B. Festverzinsliche Wertpapiere, Microfinanzfonds, soziale Immobilienfonds, KCD-Fonds für nachhaltige Entwicklung).

Dabei wird auf riskante Anlage grundsätzlich verzichtet. Nicht die hohe Ertragserwartung steht im Vordergrund, sondern die Nachhaltigkeit und Sicherheit.

Es werden grundsätzlich keine Kapitalerträge an die Berührungsgruppe ausgeschüttet. Dies widerspricht dem Zweck der Organisation und dem Gemeinnützigkeitsrecht. Vielmehr werden gemäß Gemeinnützigkeitsrecht Rücklagen gebildet. Zunächst wird die gemäß Abgabenordnung vorgesehene Freie Rücklage erhöht, die Betriebsmittlrücklage wird gemäß Steuerrecht angepasst und ggfls. werden zweckgebundene Projektrücklagen gebildet bzw. nach Verwendung entsprechend aufgelöst.

Verifizierungsindikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit

2022: 25.874,95 €

2021: 92.834,93 €

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben

2022: 953.033,77 €

2021: 1.164.987,07 €

Getätigter strategischer Aufwand

2022: 125.760,04 €

2021: 154.281,29 €

Anlagenzugänge

2022: 0 €

2021: 0 €

Zuführung zur Rücklage

2022: 10.965,25 €

2021: 105.290,47 €

Gemäß Beschluss der Diözesanversammlungen wurde die Jahresüberschüsse jeweils komplett in die Rücklagen eingestellt.

Auszuschüttende Kapitalerträge

2022: 0 €

2021: 0 €

Auszuschüttende Kapitalerträge in % vom Stamm- oder Grundkapital

2022: 0 %

2021: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfragen

- Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?
- Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?
- Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt?

Berichtsantwort

Es wurden keine Geldmittel an Personen ausgeschüttet oder umverteilt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen

Berichtsfragen

- Welche Sanierungsziele an/ in den eigenen Anlagen haben soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt, und welche Förderprogramme können genutzt werden?
- Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?
- Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

Berichtsantwort

Es werden die Weichen gestellt, dass zukunftssträchtige Projekte umgesetzt werden können.

Diese beziehen sich einerseits auf die Förderung des freiwilligen Engagements und damit einer Förderung des sozialen Zusammenhalts. Dafür werden Fördermittel bei Stiftungen etc. beantragt.

Es handelt sich dabei u.a. um Projekte im Bereich der Digitalisierung. Dadurch sollen einerseits Emissionen verringert werden, andererseits wird bei der Auswahl der Produkte auf möglichst ressourcenschonenden Umgang geachtet. Ein Augenmerk liegt dabei auf der Verwendung von Open Source Lösungen, soweit dies möglich ist.

Sanierungsinvestitionen sind derzeit nicht in Planung, zumal es nur ein sehr kleines Anlagevermögen gibt. Einzelne Zugänge werden möglichst sozial und ökologisch verträglich angeschafft.

Verifizierungsindikatoren

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs

Realisierung der ökologischen Sanierung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt B3.1

2021/2022 Beginn und Planung eines CRM-Systems auf Basis eines Open Source Frameworks mit grünem Hosting.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen

Berichtsfragen

- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?
- Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

Berichtsantwort

Bisher wurden Projekte, die im Portfolio der DKM sind, genutzt. Dies sind z.B. Microfinanzfonds, Anteile an sozial-ökologisch engagierten Unternehmen (KCD-Fonds) oder Immobilienfonds für soziale Immobilien. Hierbei haben wir uns bisher auf die Expertise und die Nachhaltigkeitskriterien der DKM, denen sie sich öffentlich verschrieben hat, verlassen. Es finden regelmäßig Gespräche mit der entsprechenden Abteilung der DKM statt.

Einzelne Projekte wurden in der Vergangenheit in Form von Spenden unterstützt.

Verifizierungsindikatoren

Finanzierte Projekte

Fonds-Veranlagungen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Recherche über sozial-ökologische Projekte

B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfragen

- Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?
- Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung, und welche Wirkung wird damit erreicht?
- Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Berichtsantwort

Es werden keine ökologisch bedenklichen Ressourcen eingesetzt.

Ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern hatte für uns keine negativen Konsequenzen, da keine Gelder in diesem Bereich angelegt sind und bei potentiellen Anlagen auf Divestment geachtet wurden. Es besteht auch keine Abhängigkeit davon. Vielmehr ist die kfd mit dem Anliegen Divestment schon seit Jahren auf das Bistum zugegangen, mit dem Ziel, dort unseren sehr geringen Einfluss geltend zu machen, damit auch dort die Abhängigkeiten verringert werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert, und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?
- Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?
- Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?

Berichtsantwort

"Eigentümer" des kfd-Diözesanverbands Münster e.V. sind die Mitglieder, die jeweils mit ihrem Mitgliedsbeitrag (derzeit 25,00 €/Jahr) haften.

Aufgrund der großen Anzahl von Mitgliedern ist bisher noch keine direkte Mitentscheidung möglich, sondern diese wird über ein demokratisches Delegationsprinzip gewährleistet. Dies ist satzungsmäßig festgeschrieben. Informationen über die Entscheidungen sind transparent und werden über Protokolle und entsprechende Gremien (Regionalversammlungen) auch den örtlichen kfd-Gruppen zur Verfügung gestellt, die diese dann an ihre jeweiligen Mitglieder weitergeben können.

In der Vergangenheit wurden bereits Versuche gestartet, Entscheidungen mithilfe des systemischen Konsensierens herbeizuführen.

Im Rahmen des Veränderungsprozesses im Gesamtverband beschäftigen wir uns auch mit anderen Modellen z.B. Liquid Democracy, was durchaus Potentiale für die zukünftige Beteiligung bietet.

Verifizierungsindikatoren

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %)

2022:

Eigentümer	Anteil (in %)
Unternehmer*innen	
Führungskräfte	
Mitarbeitende	
Kund*innen	100
Lieferant*innen	
weiteres Umfeld	
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	
Summe	

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt B4.1

Anwendung systemisches Konsensieren in Diözesanversammlung

Erste Beschäftigung mit neuen (digitalen) Beteiligungsformen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Weitere Nutzung Syst. Konsensieren, weitere Recherche neue Beteiligungsformen

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

Berichtsfragen

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

Berichtsantwort

Eine feindliche Übernahme durch Kapitalgeber ist satzungsmäßig nicht möglich.

Eine Unterwanderung durch potentielle Mitglieder, die den Satzungszwecken nicht zustimmen (z.B. aufgrund rechtsextremer Positionen) kann vom Vorstand gemäß Satzung verhindert werden.

Dazu gibt es z.B. auch ein Positionspapier der kfd, dass eine Mitgliedschaft in der AfD nicht mit der kfd vereinbar ist.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C Mitarbeitende

Der kfd-Diözesanverband Münster hat im Berichtszeitraum ausschließlich Frauen angestellt. Stellenausschreibungen waren zwar geschlechterneutral, jedoch gab es keine entsprechenden Bewerbungen von männlichen oder diversen Menschen. Die Mitarbeiterinnen setzen sich aus Referentinnen (in der Regel pädagogischen Mitarbeiterinnen) für die Bildungs-, Beratungs- und politische Arbeit, einer Referentin für Öffentlichkeitsarbeit sowie aus Verwaltungskräften zusammen. Die Geschäftsführung wird gemeinschaftlich durch eine Sozialpädagogin und eine Volkswirtin wahrgenommen. Dienst- und Fachaufsicht sind entsprechend ihrer jeweiligen Zuständigkeit aufgeteilt, strategische und überbereichliche Aufgaben werden gemeinschaftlich wahrgenommen.

Die Gesamtleitung des Verbandes wird durch das Leitungsteam wahrgenommen. Dieser besteht derzeit aus folgenden Mitgliedern:

- Drei ehrenamtliche Vorstandsfrauen, die von der Diözesanversammlung, dem höchsten Gremium des Diözesanverbandes, gewählt wurden und die auch den im Vereinsregister eingetragenen Vorstand nach § 26 BGB bilden.
- Die Positionen der ehrenamtlichen Beisitzerinnen, die ebenfalls von der Diözesanversammlung gewählt werden, sind seit 11/2022 nicht besetzt.
- Zwei Geistliche Leiterinnen, die von der Diözesanversammlung gewählt werden und vom Bischöflichen Generalvikariat für diese Tätigkeit freigestellt wurden.
- Die beiden Geschäftsführerinnen.

Die Geschäftsstelle, in der die Büroräume für die meisten Mitarbeiterinnen sind, ist in Bahnhofsnähe und somit gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen. Aufgrund der Größe des Bistums Münster und der damit verbundenen Notwendigkeit einer Präsenz vor Ort, arbeiten die Mitarbeiterinnen am Niederrhein von jeher im Homeoffice. Auch für alle anderen Mitarbeitenden besteht die Möglichkeit des mobilen Arbeitens.

Insgesamt hat sich die Anzahl der Mitarbeitenden im Berichtszeitraum reduziert. Gründe hierfür sind Renteneintritt, Umzug, Beendigung Ausbildung, Übernahme von Vorstandstätigkeiten sowie berufliche Umorientierung.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Berichtsfragen

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

- Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?
- Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Berichtsantwort

Die Unternehmenskultur orientiert sich sehr stark an den Mitarbeitenden. Soweit möglich, werden die Wünsche der Mitarbeitenden erfüllt. Diese können sich auf Arbeitszeiten, mobiles Arbeiten, Urlaubszeiten, Stundenumfänge, Ausstattungen der Arbeitsplätze etc. beziehen. Die Leitungsebene (Geschäftsführung + Vorstand) geht immer wieder auf die Bedürfnisse einzelner Mitarbeiterinnen ein.

Von Seiten der Leitung werden regelmäßige Betriebsfeiern, Frühstücke etc. angeregt, die als Arbeitszeit angerechnet werden. Gemeinsame Reflexions- und Planungstage werden umgesetzt. Geschäftsführung und Vorstand kümmern sich immer wieder um Geschenke und Aufmerksamkeiten für die Mitarbeitenden. Die Geschäftsführung regt immer wieder auch gemeinsame Aktionen an. Die Mitarbeitenden werden dabei unterstützt, wenn sie von ihrer Seite gemeinsame Aktionen planen. Erfolge, wie gut gelungene Großveranstaltungen, werden gewertschätzt bzw. gefeiert. Darüber hinaus gibt es auch Settings, um sich bei schwierigen Themen gegenseitig zu stärken und belastende Situationen erzählen zu können.

Wöchentlich gibt es einen Jour Fixe mit allen Mitarbeitenden, dreimal jährlich ein- bis zwei-tägige Planungskonferenzen mit allen oder Teilen der Mitarbeiter*innen sowie dem Vorstand. Die Teams treffen sich in der Regel im zweiwöchigen Rhythmus zur kollegialen Beratung und gegenseitigen Information. Die Referentin für Öffentlichkeitsarbeit arbeitet an vielen Schnittstellen und ist eng an die verschiedenen Teams angebunden. Für einzelne Themen wird der kurze Dienstweg genutzt und kurzfristig - auch per Videokonferenz - besprochen.

Jährlich werden mit allen Mitarbeitenden intensive Gespräche außerhalb des Arbeitsalltags in einem wertschätzenden Setting durchgeführt. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Zufriedenheit der Mitarbeitenden sowie auf der Zusammenarbeit im Team und mit der Leitungsebene. Die Mitarbeitenden werden angehalten, Fortbildungen auf Kosten des Arbeitgebers zu machen. Sie haben die Möglichkeit, selbst entsprechende Angebote zu suchen. Ggfls. wird gemeinsam nach geeigneten Fortbildungen gesucht. Auch der persönliche und fachliche Unterstützungsbedarf wird besprochen und gewährleistet.

Aufgaben und Zuständigkeiten sind eindeutig verteilt. Die Mitarbeitenden haben jeweils ihre Spezialgebiete, in denen sie die Fachleute sind. Es gibt darüber hinaus auch Bereiche, die nicht eindeutig zuzuordnen sind, oder Schnittstellen, die besonders zu beachten sind. Innerhalb ihres Aufgabengebietes arbeiten die Mitarbeiter*innen eigenverantwortlich und selbständig. Sie können eigene Entscheidungen treffen, können aber auch jederzeit mit Fragen auf die Geschäftsführung zugehen.

Bei vielen Entscheidungen werden die Mitarbeitenden gehört oder mit einbezogen. Aufgrund der Vereinsstruktur und -satzung obliegen einige Entscheidungen dem Vorstand oder der Diözesanversammlung.

Die Etablierung einer konstruktiven Fehler- und Konfliktkultur ist noch ausbaufähig. Fehler sollen benannt und als Lernfeld verstanden werden, konstruktive Kritik zu verbesserten Ergebnissen und Weiterentwicklung der Mitarbeiter*innen führen.

Es sind in 2021 eine Mitarbeiterin und in 2022 drei Mitarbeiterinnen sowie die Auszubildende ausgeschieden. Gründe dafür waren ein Umzug in ein anderes Bundesland, die Rückkehr zum Bischöflichen Generalvikariat, eine berufliche Neuorientierung sowie ein Renteneintritt.

Die Betriebszugehörigkeit mit durchschnittlich fast 16 Jahren ist relativ hoch.

Verifizierungsindikatoren

Fluktuationsrate

2022: 20 %

2021: 6,25 %

In 2021 hat eine Mitarbeiterin aufgrund ihres Umzugs in ein anderes Bundesland den kfd-DV verlassen.

In 2022 sind drei Personen ausgeschieden, und zwar aufgrund von beruflicher Umorientierung, Rückkehr zum Bischöflichen Generalvikariat, sowie Eintritt in den Ruhestand.

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

2022: 16,83 Jahre

2021: 14,86 Jahre

Anzahl an Bewerbungen auf Stellenausschreibungen

Es wurden keine Stellen ausgeschrieben.

Anzahl an Initiativbewerbungen

2022: 1

2021: 0

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

2022: 1

2021: 1

Erhebung im Rahmen des Mitarbeiter*innengesprächs

Regelmäßigkeit von Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

2022: Jährlich

2021: Jährlich

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

2022:

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Fortbildung	Mitarbeitende (gesamt)	43,54
Fortbildung	Leitung (gesamt)	35,5

2021:

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Fortbildung	Mitarbeitende (gesamt)	16,98
Fortbildung (incl. privat eingebrachter Std.)	Leitung (gesamt)	63

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**Verbesserungspotenziale/Ziele:****Weiter an Fehlerkultur arbeiten****Thema Umgang mit Konflikten**

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Berichtsfragen

- Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?
- Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein, und welche Maßnahmen werden zu ihrem Schutz getroffen?

Berichtsantwort

Eine Beauftragte für Arbeitssicherheit ist benannt, sie wird angehalten sich entsprechend weiterzubilden.

Ein Betriebliches Eingliederungsmanagement wird angeboten, wurde aber im Berichtszeitraum, in dem es von zwei Mitarbeiterinnen hätte genutzt werden können, nicht angenommen.

Erste-Hilfe-Schulungen werden angeboten, eine Brandschutz-Schulung ebenfalls, an der zwei Personen teilgenommen haben. Die nächste Erste-Hilfe-Schulung wird voraussichtlich in 2023/2024 umgesetzt. An ihr sollen möglichst alle Mitarbeitenden teilnehmen.

Die Arbeitsplätze sind ergonomisch eingerichtet. Jede Mitarbeiterin kann dazu Wünsche äußern, die dann möglichst erfüllt werden. Bei der Einrichtung der jetzigen Büroräume wurden alle Mitarbeitenden explizit nach ihren Wünschen gefragt. Auf Wunsch wurden auch höhenverstellbare Schreibtische oder Stehtische angeschafft.

Es gibt keinen Umgang mit Gefahrstoffen. Die Gesundheitsgefahren beim kfd-DV MS sind die typischen eines Bildschirmarbeitsplatzes, denen wie beschrieben begegnet werden soll. Darüber

hinaus gibt es Gefährdungen durch die Teilnahme am Straßenverkehr bei Dienstreisen. Ein hieraus resultierendes Risiko kann durch die Nutzung des ÖPNV reduziert werden. Dazu sind die Mitarbeiter*innen nach Möglichkeit angehalten.

Die Krankheitsquote ist relativ hoch und liegt über dem bundesdeutschen durchschnitt. Grund dafür sind Langzeiterkrankungen einzelner Mitarbeiter*innen. Die Mitarbeiter*innen werden von der Geschäftsführung aufgefordert, bei Krankheit zu Hause zu bleiben und nicht zu arbeiten.

Für Betriebsunfälle gibt es eine Dokumentation. Im Berichtszeitraum gab es keine Betriebsunfälle. Auch in den Vorjahren waren sie sehr gering und mit nur sehr leichtem Ausmaß.

Verifizierungsindikatoren

Gesundheits-/ Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)

2022:

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
20-29 (2)	14
30-39 (1)	8
40-49 (2)	6
50-59 (8)	14
60-69 (3)	3

2021:

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
20-29 (2)	42
30-39 (3)	6
40-49 (1)	1
50-59 (9)	4
60-69 (2)	26

Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

Es gab keine Betriebsunfälle.

In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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 welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen, und was wird dagegen getan?
- Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Berichtsantwort

Derzeit sind beim kfd-DV ausschließlich Frauen angestellt. Auch der Vorstand besteht seit November 2022 nur aus Frauen, bis dahin war ebenfalls ein Mann vertreten.

Ausschlusskriterien für andere Geschlechter oder andere Identitätsmerkmale gibt es nicht. Queere Personen sind seit langem Teil der Mitarbeiter*innen.

Aufgrund der Anbindung an das Bistum Münster und der Verankerung des kirchlichen Arbeitsrechts machte die Bewerbung von Personen anderer Religionen etc. evtl. unattraktiv. Das Angebot einer Ausbildung für eine Person mit Fluchterfahrung konnte nicht umgesetzt werden.

Aufgrund der geringen Fluktuation ergaben sich in den letzten Jahren keine Veränderungen.

Eine Betriebsvereinbarung dazu existiert nicht.

Das Thema Vielfalt und Diversität ist indes mit im Themenspektrum der kfd. Mit dem Positionspapier "Frauenleben sind vielfältig", Studientagen zum Thema Diversität sowie der Unterstützung der Initiative #OutInChurch hat sich die kfd auch für die Änderung des kirchlichen Arbeitsrechts eingesetzt und ist sehr froh über die aktuellen, wenn auch zu zaghafte ersten Schritte.

Die Hierarchie ist relativ flach. Leitung der Geschäftsstelle und die Dienst- und Fachaufsicht wurde vom Diözesanvorstand an die Geschäftsführung delegiert. Diese ist in sehr engem Austausch mit den Mitarbeiter*innen, um diese zu unterstützen und durch gegenseitiges Feedback eine offene und durch psychologische Sicherheit geprägte Arbeitsbeziehung zu schaffen.

Durch Personalentwicklungsmaßnahmen sollen die Mitarbeiter*innen ihre Talente einsetzen und weiterentwickeln können und werden dabei gefördert. Dies ist ebenfalls Inhalt des jährlichen Mitarbeiter*innengesprächs.

Verifizierungsindikatoren

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

2022:

Alle Mitarbeiter*innen sind katholisch. Personen anderer Religionen haben sich in den letzten zehn Jahren nicht beworben.

Alle Mitarbeiter*innen sind seit 11/2022 Frauen, vorher gab es einen Mann im Vorstand.

Alle Mitarbeiter*innen sind deutsch und haben keinen unmittelbaren Migrationshintergrund.

Die Altersspanne reicht von 29 bis 69 Jahre.

Zwei Mitarbeiter*innen leiden unter einer Schwerbehinderung.

Es gibt Personen mit nicht heterosexueller Orientierung in der Mitarbeiter*innenschaft.

2021:

Alle Mitarbeiter*innen sind katholisch. Personen anderer Religionen haben sich in den letzten zehn Jahren nicht entsprechend beworben.

Fast alle Mitarbeiter*innen sind Frauen, es gibt ein Mann im Vorstand.

Alle Mitarbeiter*innen sind deutsch und haben keinen unmittelbaren Migrationshintergrund.

Die Altersspanne reicht von 28 bis 68 Jahre.

Zwei Mitarbeiter*innen leiden unter einer Schwerbehinderung.

Es gibt Personen mit nicht heterosexueller Orientierung in der Mitarbeiter*innenschaft.

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

2022:

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
Thema und Diskussionen, Demo	20

2021:

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
Thema und Studientag zu Diversität	15

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

2022:

Das Thema Diversität wurde im kirchlichen Kontext in der Vergangenheit ignoriert. Dies ist sehr verletzend und diskriminierend. Daher begrüßen wir Änderungen, für die wir uns seit langem eingesetzt haben.

2021:

Das Thema Diversität wurde im kirchlichen Kontext in der Vergangenheit ignoriert. Dies ist sehr verletzend und diskriminierend. Daher begrüßen wir Änderungen, für die wir uns seit langem eingesetzt haben.

Karenzdauer von Müttern

Im Berichtszeitraum gab es keine Geburten oder Elternzeiten.

Karenzdauer von Vätern

Es wurden keine Väter beschäftigt

Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/ Fluktuationen

2022:

Es wurden keine neuen Mitarbeiter*innen eingestellt.

2021:

Es wurden keine neuen Mitarbeiter*innen eingestellt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?
- Welche Rückmeldungen dazu gibt es im Betriebsrat bzw. in der Personalabteilung?
- Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

Berichtsantwort

Es gibt keine Rückmeldungen der Mitarbeiter*innenvertretung über problematische Arbeitsbedingungen.

Verifizierungsindikatoren

Statement von Betriebsrat und/ oder Personalabteilung zu diesen Fragen

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

2022:

Es gab keine Verfahren oder Prozesse aufgrund von Verletzungen des Arbeitsrechts.

Es gab zwei Versuche von Mitarbeiter*innen, durch anwaltliche Begleitung Forderungen durchzusetzen. Diese bezogen sich aber nicht auf Verletzungen des Arbeitsrecht, sondern auf die Einforderung zusätzlicher Leistungen, die über den Tarifvertrag und arbeitsrechtliche bzw. vergütungsrechtliche Vorgaben hinaus geleistet werden sollten.

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Berichtsfragen

- Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten, und wie transparent sind die zugrunde liegenden Konditionen?
- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Berichtsantwort

Wir als kfd wenden den Tarifvertrag der KAVO an, der in Teilen dem TVÖD entspricht, teilweise noch weiter geht. Alle Leistungen werden der KAVO entsprechend abgegolten. Insbesondere in den letzten Jahren wurden den Mitarbeiter*innen zusätzliche Sonderzahlungen, die nicht tariflich vereinbart waren, ausgezahlt. Dabei wurden alle Mitarbeiter*innen gleichermaßen behandelt - unabhängig von ihrem Verdienst.

Die in der KAVO enthaltenen Verdienste entsprechen durchaus einem lebenswürdigen Verdienst und sie liegen deutlich oberhalb von Verdiensten in anderen nicht tarifgebundenen Einrichtungen. Die Bindung an die KAVO bietet eine Sicherheit für die Mitarbeiter*innen, zu Lasten einer Flexibilität.

Der geringste Stundenlohn lag in 2021 76% über dem Mindestlohn, in 2022 114% über dem Mindestlohn (jeweils zu Beginn des Jahres). somit ist von einem lebenswürdigen Verdienst auszugehen.

Verifizierungsindikatoren

Höchstverdienst

2022: 6.540,96 €

2021: 6.819,72 €

Mindestverdienst

2022: 3.559,41 €

2021: 2.826,59 €

Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst)

2022: 1 : 1,81

2021: 1 : 2,41

Medianverdienst

2022: 5.200,49 €

2021: 5.099,39 €

Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

s. dazu Berechnung im Text.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Berichtsfragen

- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?
- Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Berichtsantwort

Die angestellten Mitarbeiter*innen erfassen ihre Arbeitszeiten selbst in einer eigens für sie erstellten Excel-Tabelle. Darüber können sie auch direkt ihre Reisekostenabrechnungen erstellen. Die Erfassung erfolgt auf Vertrauensbasis.

Die Mitarbeiter*innen sind angehalten keine oder wenig Überstunden zu machen und diese zeitnah wieder abzubauen. Dies wird jedoch nicht immer umgesetzt. Die Geschäftsführung muss hier die Funktion der Wächterin übernehmen und bespricht die individuelle Situation mit den Mitarbeiter*innen. Auch ein Abbau über einen längeren Zeitraum ist möglich. Den Mitarbeiter*innen ist es explizit erlaubt, auch Minusstunden aufzubauen, insbesondere, wenn die private oder Familiensituation dies erfordert. Dies wird aber möglichst von den Mitarbeiter*innen vermieden.

Die Arbeitsverteilung erfolgt in der Regel selbständig durch die Mitarbeiter*innen anhand ihrer Aufgabengebiete oder durch Absprachen untereinander. In Einzelfällen greift die Geschäftsführung ein und verteilt Aufgaben um, um überlastete Mitarbeiter*innen zu entlasten oder Freizeit zu ermöglichen.

Die Mitarbeitenden haben grundsätzlich die Möglichkeit mobil zu arbeiten und die Arbeitszeit an ihre Bedürfnisse anzupassen. Dazu muss jedoch die Arbeitsplatzsituation in den Privaträumen entsprechend der Arbeitsgesundheitsvorgaben gewährleistet sein. Insbesondere im Bereich der

Verwaltung ist eine gewisse Präsenzpflcht notwendig, um eine Erreichbarkeit (telefonisch und persönlich) gewährleisten zu können. Aber auch hier wird auf die Wünsche der Mitarbeiter*innen eingegangen und Teile der Arbeit wird in mobiler Arbeit übernommen. Auch auf Familiensituationen und damit verbundener Verpflichtungen (Kinder, Pflege von Angehörigen) nehmen wir dabei Rücksicht. Bei den Referent*innen für Bildung + Beratung ist eine größere Flexibilität gegeben. In ihrer Arbeit enthalten sind auch Außentermine. Besonders in dieser Berufsgruppe haben die Mitarbeiter*innen die Möglichkeit, ihre Arbeitszeiten selbst zu gestalten und auch an ihre Familienbedürfnisse anzupassen. Im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit ist vor allem auf eine intensive Kommunikation und Absprachen mit der Geschäftsführung zu achten. Daran orientiert sich die Organisation der Arbeit. Die Geschäftsführung ist in der Regel zu den üblichen Bürozeiten ansprechbar, muss aber ebenfalls flexibel verschiedenste Termine und Außentermine wahrnehmen und ihre Arbeitszeit damit vereinbaren.

Die Wochenarbeitszeit von 39 Stunden ist in der KAVO vorgegeben.

Verifizierungsindikatoren

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z.B. 38 Stunden)

2022: 39 Stunden

2021: 39 Stunden

Tatsächlich geleistete Überstunden

2022: 225,34 Stunden

2021: 109,47 Stunden

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Überstundenabbau noch systematischer vorantreiben

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

Berichtsfragen

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

Berichtsantwort

Mitarbeitende können sowohl in Vollzeit (39 Std/Woche) als auch in Teilzeit je nach ihren eigenen Wünschen und Möglichkeiten arbeiten.

Veränderungen von Wochenarbeitszeiten wird, soweit es betrieblich möglich ist, entgegengekommen.

Wo es geht, können Mitarbeitende ihre Arbeitszeit in einem bestimmten Rahmen selbst organisieren. Arbeit am Wochenende ist bei Veranstaltungen oder Sonderaktionen vorgesehen, ansonsten aber nicht. Die entsprechenden Zuschläge werden berücksichtigt.

Es wird von den Mitarbeiter*innen nicht erwartet, dass sie außerhalb von normalen Arbeitszeiten erreichbar sind oder reagieren. Sie werden eher dazu angehalten, dies nicht zu tun.

Soziale Angebote werden gemacht, aber mit Verweis auf Fahrzeiten oder private Verpflichtungen oftmals nicht wahrgenommen.

Verifizierungsindikatoren

Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

2022:

Arbeitsmodell	Erläuterungen
Vollzeit, Büro	39 Wochenstunden, überwiegend am Arbeitsplatz im Büro, individuelle Absprachen bei Bedarf möglich
Vollzeit, mobil	39 Wochenstunden, teils Büro, teils mobil, individuelle nach Absprache
Teilzeit, Büro	< 39 Wochenstunden, überwiegend am Arbeitsplatz im Büro
Teilzeit, mobil	< 39 Wochenstunden, teil oder ganz mobiles Arbeiten, Rest Büro
Feste Arbeitszeiten	festgelegte Arbeitszeiten, vor allem bei notwendiger Erreichbarkeit
Flexible Arbeitszeiten	Arbeitszeit kann z.T. flexibel selbst organisiert werden. Absprachen dazu sind notwendig.

2021:

Arbeitsmodell	Erläuterungen
exakt wie 2022	

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

2022:

Arbeitsmodell	Anzahl der Führungskräfte	Anzahl der Mitarbeitenden
Vollzeit, Büro	0	1
Vollzeit, mobil	2	1
Teilzeit, Büro	0	1
Teilzeit, mobil	0	6
Feste Arbeitszeiten		1

Arbeitsmodell	Anzahl der Führungskräfte	Anzahl der Mitarbeitenden
Flexible Arbeitszeiten	2	8

2021:

Arbeitsmodell	Anzahl der Führungskräfte	Anzahl der Mitarbeitenden
Vollzeit Büro	0	1
Vollzeit, mobil	2	1
Teilzeit, Büro	0	1
Teilzeit, mobil	0	8
Feste Arbeitszeiten		2
Flexible Arbeitszeiten	2	9

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

- Kann für alle Mitarbeitenden ein „lebenswürdiger Verdienst“ sichergestellt werden, und falls nicht, was sind die Gründe dafür?
- Welche Rolle spielt die „investierte“ Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?
- Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung (z.B. Schüler*innen, Auszubildende, Praktikant*innen, Werkstudent*innen) gerechtfertigt?
- Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z.B. bei Saisonarbeit), und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?
- Wie viel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

Berichtsantwort

Es gibt keine Zeitarbeitnehmer*innen.

Alle angestellten Mitarbeiter*innen, auch Auszubildende, werden nach Tarif (KAVO, entspricht TVÖD)) bezahlt.

Die Arbeitszeit ist für Karriereschritte nicht ausschlaggebend.

Derzeit ist ein Arbeitsvertrag noch befristet, alle anderen sind unbefristet. Es ist derzeit geplant, nach Ablauf der Befristung dieses einen Vertrages, die Person in ein unbefristetes

Arbeitsverhältnis zu übernehmen, sofern dies betrieblich möglich ist. Derzeit ist bei einer Mitarbeiterin die Erhöhung von Wochenarbeitsstunden noch befristet.

Verifizierungsindikatoren

Gewinn

2022: 10.965,13 €

2021: 105.290,47 €

Höchstverdienst

2022: 6.540,96 €

2021: 6.819,72 €

Mindestverdienst

2022: 3.559,41 €

2021: 2.826,59 €

Standortabhängiger "Lebenswürdiger Verdienst"

Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden)

2022: 24,08 Personen

2021: 20,58 Personen

Mitarbeitendenanzahl

2022: 24,08

2021: 20,58

Anzahl der Pauschalverträge

Anzahl der Null-Stunden-Verträge

2022: 1,08

2021: 0,33

Anzahl der Zeitarbeitenden

2022: 0 Personen

2021: 0 Personen

Mindestvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

Es werden keine Zeitarbeitenden beschäftigt.

Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

Es werden keine Zeitarbeitenden beschäftigt

Anteil von befristeten Arbeitsverträgen

2022: 7,84 %

2021: 6,63 %

Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen

2022: 24 Monate

2021: 24 Monate

Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen

2022:

Sofern es sich nicht um Projektstellen handelt, werden diese nur unbefristet verlängert.

In 2022 gab es keine Projektstellen.

2021:

Sofern es sich nicht um Projektstellen handelt, werden diese nur unbefristet verlängert.

In 2021 gab es keine Projektstellen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

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

Berichtsantwort

Die Mitarbeitenden kümmern sich selbst um ihre Ernährung. Eine Vorgabe bzgl. Herkunft der Lebensmittel wird nicht gemacht und würde auch nicht akzeptiert.

Bio-fairer Kaffee und Tee wird ebenso wie Wasser (Wassersprudler) kostenlos zur Verfügung gestellt. Versuche, Obst anzubieten, wurden nicht entsprechend angenommen. Bio-Nüsse werden ebenfalls für die Mitarbeitenden kostenlos angeboten.

Den Mitarbeiter*innen steht ein Sozialraum mit einer komplett eingerichteten Küche jederzeit zur Verfügung. Herd, Backofen, Kaffeemaschine, Kühlschrank können für die Erstellung eigener Ernährung genutzt werden. Es wird gemeinsam mit allen im Büro anwesenden Mitarbeiter*innen gefrühstückt. Diese Zeit kann als Arbeitszeit angerechnet werden. In Ausnahmefällen wird gemeinsam zu Mittag gegessen bzw. gemeinsam gekocht.

Beim Einkauf für Sitzungen etc. sollen die Mitarbeiter*innen auf die ökologisch-regionale Herkunft der Lebensmittel achten. Dies ist jedoch aufgrund des Angebotes nicht immer möglich.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

2022: 85 %

2021: 80 %

Kaffee, Tee, sowie Sitzungsbewirtung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Berichtsfragen

- Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
- Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?
- Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

Berichtsantwort

Die Hauptverkehrsmittel der Mitarbeitenden sind das Fahrrad und das Auto. Eine Mitarbeiter*in kommt regelmäßig mit dem Zug, eine mit dem Bus.

Von den Mitarbeiter*innen, die relativ regelmäßig ins Büro kommen, kommen drei immer mit dem Fahrrad, eine Person manchmal mit dem Fahrrad, manchmal mit dem Auto, und vier Personen immer mit dem Auto, wobei zwei von ihnen einen Weg von mehr als zehn Kilometern haben.

Die Lage der Geschäftsstelle in unmittelbarer Nähe zum Hauptbahnhof könnte die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln begünstigen.

Die Personen, die unregelmäßig ins Büro kommen (auch Vorstand), kommen überwiegend mit dem Auto, einzelne manchmal mit Zug oder Bus. Dies liegt z.T. an der Verkehrsanbindung am Heimatort.

Die Mitarbeiter*innen haben seit 2022 die Möglichkeit, ein Jobrad zu leasen.

Derzeit werden Modelle in Verbindung mit dem 49-€-Ticket diskutiert. Die Mitarbeiter*innen sollten schon versuchen, für Außentermine, sofern möglich und sinnvoll, öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen. Dies ist im ländlichen Raum aber gerade bei Abendterminen sehr schwierig.

Es stehen einige Ideen für Anreize im Raum, diese sind aber noch nicht bis zum Ende durchdacht und diskutiert und ebenfalls im Berichtszeitraum nicht umsetzbar gewesen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Anreise mit PKW/ öffentlichen Verkehrsmitteln/ Rad/ zu Fuß

2022:

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	0
Rad	13,55
PKW	63,62
Öffentliche Verkehrsmittel	22,83
Summe	626,30 km

2021:

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	0
Rad	13,65
PKW	63,99
Öffentliche Verkehrsmittel	22,36
Summe	577,17

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

49-€-Ticket

weitere Anreize für Umstieg auf Öffis/Jobrad

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse

Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?
- Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?
- Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

Berichtsantwort

Allen Mitarbeiter*innen ist die Haltung des kfd-DV MS zu ökologischen Aspekten vollständig bekannt, da es neben der eigenen Haltung auch Schwerpunktthema von Veranstaltungen und Bildungsformaten ist. In Überlegungen, z.B. bei der Beschaffung von Materialien, wird dies auch betont. Nicht immer ist dabei die Umsetzung problemlos möglich.

Die Diskussion mit den Mitarbeitenden wird immer wieder angestoßen, jedoch werden keine strategischen Maßnahmen dazu umgesetzt. Es gibt Überlegungen, ökologisches Verhalten zu unterstützen, z.B. beim Zugticket.

In Anlehnung an den Tarifvertrag der KAVO, in dem auch die Reisekosten geregelt sind, ist darauf zu achten, dass bei Dienstreisen auf ökologische Auswirkungen geachtet werden soll und nicht zwingend die kostengünstigste/schnellste Alternative umgesetzt wird.

Verifizierungsindikatoren

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten

2022: 100 %

2021: 100 %

Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden

2022: 55 %

2021: 50 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Weitere Überlegungen, Verhalten von MA zu unterstützen

Vorbildfunktion des Vorstandes weiter ausbauen

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

Berichtsfragen

- Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

Berichtsantwort

Die unten stehenden Negativaspekte treffen alle nicht zu.

Es gibt Geschäftsfahrzeuge der sogenannten Oberklasse (>180g/km CO₂)

2022: Nein

2021: Nein

Regeln, die ökologischer Nachhaltigkeit entgegenstehen

Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist

Es gibt keine Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen.

Konsumangebote mit hohem Verpackungsanteil trotz möglicher Alternativen

Keine

Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte

keine

Im Betrieb ist ein nachlässiger Umgang mit Abfällen sichtbar, z.B. keine Abfalltrennung (Hausmüll, Betriebsabfälle, Schrott ohne Trennung in Materialien etc.)

2022: Nein

2021: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Berichtsfragen

- Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?
- Wie leicht/ schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?
- Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?
- Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

Berichtsantwort

Grundsätzlich stehen allen Mitarbeiter*innen alle Daten - bis auf Informationen zu Personal - zur Verfügung. Die Protokolle von Leitungssitzungen, Diözesanversammlungen etc. werden für alle zugänglich abgespeichert.

Alle Finanzdaten können von den Mitarbeiter*innen eingesehen werden. Die in den Diözesanversammlung besprochenen Jahresabschlüsse, Wirtschaftspläne, Rücklagenplanungen, Mitgliederentwicklung etc. werden auch den Mitarbeiter*innen zur Verfügung gestellt.

Alle greifen auf ein gemeinsames Laufwerk zu, wo alle Dateien gespeichert sind. Für die Personaldaten gibt es bestimmte Zugangsberechtigungen, so dass nur Leitung bzw. die

Personalsachbearbeitung zugreifen kann. Dies geschieht einerseits aus Datenschutzgründen, andererseits als Schutz der Mitarbeiter*innen, was insbesondere in Konfliktsituationen notwendig ist.

Insbesondere die Finanzdaten werden für die Delegierten der Diözesanversammlung, welche zum überwiegenden Teil keine Finanzexpertinnen sind, einfach und verständlich aufbereitet und erklärt. Diese Erläuterungen stehen allen Mitarbeiter*innen ebenfalls zur Verfügung. Bei Bedarf werden Daten und Zusammenhänge erläutert.

Verifizierungsindikatoren

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung)

2022: 90 %

2021: 90 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Berichtsfragen

- Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?
- Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?
- Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

Berichtsantwort

Führungskräfte beim kfd-DV MS können einerseits die Frauen des Vorstandes sein, andererseits Geschäftsführung oder Verwaltungsleitung.

Die Vorstandsfrauen werden von der Diözesanversammlung, dem höchsten Gremium des Verbandes, gewählt.

Geschäftsführung und/oder Verwaltungsleitung wird vom Vorstand ausgewählt. Dies geschieht durch Neueinstellung oder durch internen Aufstieg von Mitarbeiter*innen. Hierbei gibt es keine festen Verfahrensregeln. Das Vorgehen richtet sich dabei an den jeweiligen Notwendigkeiten aus. Entscheidende Faktoren dabei sind sicherlich Verantwortungsübernahme und Kompetenz.

Im Berichtszeitraum wurde das Konzept einer geteilten Leitung umgesetzt. Entscheidungen werden gemeinschaftlich getroffen und es findet kollegiale Beratung auch auf der Leitungsebene statt. Diese geteilte Leitung findet sich im Vorstandsteam, im Team der Geistlichen Leiter*innen und im Geschäftsführer*innenteam.

Die Führungskräfte führen mindestens einmal jährlich Mitarbeiter*innengespräche durch, bei dem sie sich viel Zeit für intensiven Austausch und Feedback außerhalb des normalen Arbeitsalltags nehmen. Das dabei erhaltene Feedback wird sehr ernst genommen und führt zu weiteren Überlegungen für entsprechende Verbesserungen.

Darüber hinaus werden die Mitarbeiter*innen explizit aufgefordert, sowohl in Teamsitzungen aber auch in allen sonstigen Situationen, ein Feedback zu geben, Kritik zu üben und Verbesserungsvorschläge zu machen, um die Arbeit miteinander, die persönliche Entwicklung der Mitarbeiter*innen, aber auch die Prozesse zu verbessern und konstruktiv voran zu treiben.

Verifizierungsindikatoren

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

2022: 0 %

2021: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

- Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?
- Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?
- Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

Berichtsantwort

Nachdem in früheren Zeiten durchaus autoritäre Entscheidungen getroffen wurden, versucht die jetzige Geschäftsführung, die Mitarbeitenden mit einzubeziehen. Sei es bei der Aufteilung von Arbeitsaufträgen oder bei strategischen Überlegungen und Planungen. Dies wird von den meisten Mitarbeiter*innen begrüßt.

Die Arbeitszeiten werden gemeinsam mit jeweiligen Vorgesetzten grob festgelegt. Darin gibt es einen Rahmen, in der die Mitarbeiter*innen selbst entscheiden können. Insbesondere, wenn Termine außerhalb der normalen Arbeitszeit anstehen, sind die Mitarbeiter*innen in der Planung frei. Einschränkungen gibt es dabei nur, sofern Bürozeiten besetzt sein müssen oder eine Erreichbarkeit gegeben sein muss.

Alle Mitarbeiter*innen haben eigene Verantwortungsbereiche - alleine oder im Team. Sie werden dabei unterstützt, diese eigenständig zu bearbeiten und Entscheidungen zu treffen. Um sich zu vergewissern oder sich gegenseitig zu beraten, gibt es regelmäßige Teamsitzungen. Darüber hinaus können die jeweiligen Führungskräfte für die Bereiche jederzeit angefragt werden.

Auch im Rahmen der jährlichen Mitarbeiterinnengespräche wird über Zielvereinbarungen gemeinsam daran gearbeitet, die Verantwortung und die Entscheidungsbefugnisse der jeweiligen Mitarbeiterin auszubauen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung getroffen werden

2022: 70 %

2021: 50 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfragen

- Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?
- Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?
- Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?

Berichtsantwort

Es gibt eine Mitarbeiter*innenvertretung (MAV), die regelmäßig von den Mitarbeitenden gewählt wird.

Diese MAV wird von der Geschäftsführung und vom Vorstand in ihrer Funktion bestärkt und explizit unterstützt. So regten in der Vergangenheit die Geschäftsführer*innen Mitarbeiter*innenversammlungen an.

Die Funktion der MAV wird auch von der Leitung immer wieder in Diskussionen eingebracht. In potentiellen Konfliktsituationen wird von Seiten der Leitung auf die MAV verwiesen.

Die MAV wird darüber hinaus durch entsprechende Weiterbildungsmaßnahmen unterstützt.

Verifizierungsindikatoren

Betriebsrat: vorhanden/ nicht vorhanden

2022: Ja

2021: Ja

Aufgrund der Zugehörigkeit zur Regionalkoda ist keine Betriebsrat, sondern eine Mitarbeiter*innenvertretung vorgesehen.

Betriebsrat vorhanden: seit wann?

2022: 15 Jahre

2021: 14 Jahre

die hier angegebenen Jahre beziehen sich auf die Selbständigwerdung im Jahre 2007. Zuvor war der kfd-DV MS Teil des Bischöflichen Generalvikariats und über die dortige MAV vertreten.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D Kund*innen und Mitunternehmen

Wir als kfd-DV MS haben verschiedene Zielgruppen bzw. "Kund*innen".

- Mitgliedsfrauen
- kfd-Gruppen (z.B. auf Gemeinde-Ebene)
- Seminarteilnehmer*innen
- Leser*innen der Verbandspublikationen
- Interessent*innen an den Themen der kfd

"Mitunternehmen" bzw. "Mitorganisationen" sind andere katholische Verbände wie KDFB (Kath. dt. Frauenbund), KAB, Kolping, Junge Gemeinschaft, KSHG etc. Diese sind zum großen Teil strukturell ähnlich aufgestellt wie der kfd-DV MS.

Auch andere kfd-Diözesanverbände können als Mitorganisationen bezeichnet werden.

Darüber hinaus sind hier auch andere Frauenorganisationen zu nennen, die zum Teil die gleichen/ähnliche Themen bearbeiten oder das gesamte Themenspektrum ergänzen. (Landfrauen, KDFB, Frauen+Beruf etc.)

Kund*innen / Zielgruppen

Die Mitgliedsfrauen des kfd-DV MS sind Zielgruppe aller Dienstleistungen des Verbandes, insbesondere die, die sich an Einzelpersonen richten. Dies können Servicedienstleistungen sein, in der Regel aber eher Seminare und Veranstaltungen sowie Informationen.

Die kfd-Gruppen, z.B. auf Gemeindeebene, sind Kund*innen vor allem der Beratungs- und Servicedienstleistungen des Verbandes.

Die Zielgruppen der Seminare, Bildungsveranstaltungen oder anderer Aktionen sind alle Menschen innerhalb und außerhalb des Verbandes. Einige richten sich gezielt an Mitgliedsfrauen, vor allem wenn es um verbandliche Arbeit oder interne Veranstaltungen geht. Insbesondere Bildungsveranstaltungen und öffentliche (politische) Aktionen (Stände, Demonstrationen) richten sich an alle Menschen, die sich für die Themen der kfd interessieren und diese unterstützen oder darüber diskutieren möchten.

Das Mitgliedermagazin Junia (bundesweit) und nah dran (bistumsweit) ist in erster Linie für die Mitgliedsfrauen konzipiert. Es steht aber auch allen anderen Interessent*innen zur Verfügung, da es auf den Websites veröffentlicht wird. Darüber hinaus erstellt der kfd-DV MS weitere Publikationen, die einerseits als Arbeitshilfe v.a. für die kfd-Gruppen dienen, andererseits auch Positionen der kfd deutlich machen (Arbeitshilfe Frieden, "Frauen feiern das Wort", Adventsbroschüre).

Grundsätzlich möchten wir als kfd eine breite Masse von Menschen innerhalb und außerhalb des Verbandes mit den Themen, Aktionen, Veranstaltungen, Publikationen etc. ansprechen. Ziel ist die Verbesserung der Situation der Frauen in der Kirche und in der Gesellschaft.

In geringem Umfang werden kfd-Tassen und kfd-Kaffee (bio+fair) verkauft. Kund*innen für die Tassen sind in der Regel die kfd-Gruppen, für den Kaffee alle, die bio+fair kaufen wollen.

Mitunternehmen / Mitorganisationen

Insbesondere im katholischen Milieu haben die katholischen Verbände ähnliche Zielgruppen. Die Menschen in den Gemeinden entscheiden sich häufig für die Mitgliedschaft in nur einem Verband. Auch bei den Bildungsprogrammen gibt es Überschneidungen.

Gleiches gilt auch im Verhältnis zu anderen Frauenorganisationen.

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Berichtsfragen

- Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?
- In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?
- Wie wird auf Kund*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

Berichtsantwort

Die Neugewinnung von Kund*innen insbesondere für Angebote für Zielgruppen außerhalb des Verbandes wird auf verschiedenen Wegen angestrebt:

- Veröffentlichung von Bildungsveranstaltungen durch öffentliches Auslegen der Programmhefte
- Öffentliche Werbung bestimmter Veranstaltungen oder Aktionen, z.B. durch Plakate, Flyer, Karten
- Bewerbung über den Newsletter
- Veranstaltungskalender auf der Website
- Nutzung der Sozialen Medien für Hinweise auf Veranstaltungen
- Veröffentlichung bestimmter Veranstaltungen und Aktionen über die lokale Presse
- Bekanntmachung in den Mitgliederzeitschriften

Dadurch soll einerseits die jeweilige Aktion oder Veranstaltung bekannt gemacht werden, andererseits kann dadurch auch das Themenspektrum der kfd öffentlich und so weitere Interessent*innen aufmerksam werden. Kund*innen werden nur dann angeschrieben, wenn sie selbst dies gewünscht haben.

Verkaufsprodukte wie kfd-Tassen, kfd-Kaffee werden nicht explizit beworben.

Natürlich haben wir ein Interesse daran, die Mitgliedszahlen, die u.a. aufgrund der demographischen Entwicklung sinken, durch neue Mitglieder stabil zu halten oder zu erhöhen, um den Forderungen auch ein entsprechendes Gewicht geben zu können. Neben dem Versuch mit den Inhalten öffentlich sichtbar zu werden, werden Interessierte auch angesprochen und die Mitgliedschaft angeboten. Dies findet zum großen Teil auf der Ebene der kfd-Gruppen statt. Dies wird aber nicht offensiv oder gar aggressiv angegangen, sondern im persönlichen Kontakt in einem angemessenen Rahmen. Dabei gibt es dafür auch Unterstützung durch den kfd-Bundesverband in Form von Materialien (Flyer, Videos etc.).

Die Mitgliedschaft ist kein Selbstzweck, sondern unterstützt die Forderungen der kfd, die Rolle der Frau in Kirche und Gesellschaft zu stärken. Somit stimmen hier Kunden*innennutzen und Nutzen des Verbandes überein. Ein weiterer Nutzen für die Kund*innen liegt in der Gemeinschaft, die die kfd bildet. Dies ist wiederum vor allem auf der kfd-Gruppen-Ebene relevant.

Die Bildung ist maßgeblicher Teil des Leistungsangebotes des kfd-DV MS. Ziel ist dabei einerseits die Persönlichkeitsentwicklung, andererseits auch die Verbreitung und Vertiefung der Schwerpunktthemen der kfd. Mit der Stärkung von Frauen sind die Ziele der Kund*innen und des Verbandes synchron. Hier wird auch immer wieder konzeptionell gearbeitet und das Portfolio gemäß den Analysen der bisherigen Maßnahmen auf die zu erreichende Zielgruppe erweitert. Das Umsatzstreben ist untergeordnet, da die Haupteinnahmen nicht aus Leistungsentgelten besteht.

Die Teilnahmegebühren der Bildungsveranstaltungen sind relativ gering und somit allgemein erschwinglich. Bei Engpässen einzelner Kund*innen werden individuelle Lösungen gesucht und ggfls. auf mögliche Förderungen hingewiesen (z.B. durch den kfd-Förderverein).

Für die Bildungsveranstaltungen wurden vor längerer Zeit Feedbackbögen entwickelt, die aber gerade überarbeitet werden, damit sie zukünftig besser in die Planung einfließen können.

Die Referent*innen beraten die kfd-Gruppen in Bezug auf verschiedenste Belange, um sie bei ihrer Arbeit und Weiterentwicklung zu unterstützen.

Rückmeldungen von Mitgliedsfrauen, kfd-Gruppen oder Teilnehmer*innen werden aufgenommen und möglichst berücksichtigt. Ein systematisches Beschwerdemanagement existiert noch nicht.

Bei manchen Entscheidungen werden die Gruppen explizit aufgefordert, ihre Einschätzungen und Wünsche oder Rückmeldungen zu geben. Dies erfolgt über die direkte Ansprache über die Regionen (Ebene zwischen DV und Gruppen) oder schriftlich.

Daten von Kund*innen werden nicht an Dritte weitergegeben.

Verifizierungsindikatoren

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

2022:

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Programmheft /Erstellung + Versand)	17.864,39	1,58
Homepage	6.588,74	0,58
Soziale Medien	6.234,27	0,55

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Mitgliedermagazin	14.255,66	1,26
Flyer etc. + sonstiges	6.605,74	0,59

2021:

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Programmheft (Erstellung + Versand)	16.680,98	1,62
Homepage (Relaunch + Pflege)	34.537,68	3,35
Soziale Medien	10.608,34	1,03
MG-Magazin "nah dran"	14.022,83	1,36
Flyer, Plakate etc.	10.162,48	0,99

Fixe Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

Es werden keine Verkaufsmitarbeitenden beschäftigt.

Umsatzabhängige Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

2022: 0 %

2021: 0 %

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/ nein?

2022: Nein

2021: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D1.1**

- Ausbau der sozialen Medien
- Weiterentwicklung der Website insbesondere im Hinblick auf Kundenfreundlichkeit (z.B. Verbesserungen beim Veranstaltungskalender)
- Aufnahme von Rückmeldungen zu Themen wie Beitragserhöhung (diese sind auch in die Diskussion bei der Entscheidungsfindung eingeflossen)
- Einholung von Einschätzungen zur Beitragserhöhung von den Gruppen durch die Regionen und Berücksichtigung bei der Entscheidung

Verbesserungspotenziale/Ziele:

systematisches Beschwerdemanagement einführen

Feedbackbogen zügig überarbeiten**Weitere Verbesserung des Veranstaltungskalenders der Website (umfassende Infos über alle Ebenen)****Soziale Medien um gemeinwohlorientierte Aspekte und alternative Plattformen erweitern****D1.2 Barrierefreiheit****Berichtsfragen**

- Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?
- Welche benachteiligten Kund*innengruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?
- Wie wird benachteiligten Kund*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen erleichtert?
- Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlangagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer*innen erhalten?

Berichtsantwort

Der Zugang zur kfd-Geschäftsstelle ist barrierefrei und steht allen Kund*innen offen (problematisch ist hier evtl. die etwas komplizierte Klingelanlage).

Die meisten Bildungshäuser, die für die Veranstaltungen genutzt werden, sind in der Regel barrierefrei. Jedoch kann nicht ausgeschlossen werden, dass in Ausnahmefällen Räumlichkeiten gewählt werden, die Zugangshürden aufweisen.

Primäre Kund*innengruppe sind Frauen. Sie sind nach wie vor in unserer Gesellschaft und in der Kirche benachteiligt. Somit wird mit dem Zweck des Verbandes diese Zielgruppe in erster Linie berücksichtigt.

Da insbesondere unter den Mitgliedsfrauen viele ältere Frauen sind, die teilweise noch nicht mit digitalen Medien vertraut sind, versuchen wir, die meisten Informationen und Produkte auch dieser Zielgruppe zur Verfügung zu stellen. Auch wir folgen dem Trend, dass immer mehr über digitale Kanäle kommuniziert und angeboten wird. Wichtige Informationen werden zusätzlich per Post an die betroffenen Frauen versandt, die Mitglieder magazine sind derzeit noch als Printprodukt konzipiert. Die Digitalisierung ist ein Bildungsthema. Dabei geht es u.a. um die Nutzung der Kommunikationskanäle und den Umgang mit Tools. Bei Bedarf gibt es auch individuelle Beratung und Anleitung, damit z.B. eine Teilnahme an digitalen Versammlungen oder Bildungsveranstaltungen gewährleistet werden kann.

Eine Preisstaffelung bei Veranstaltungen gibt es in der Regel zwischen Mitgliedsfrauen und Nicht-Mitgliedern. Die Teilnahmegebühren sind in der Regel relativ niedrig, so dass eine weitere soziale Staffelung nicht möglich ist. Sollte es insbesondere bei umfangreicheren Bildungsangeboten zu finanziellen Engpässen bei Teilnehmerinnen kommen, gibt es die Möglichkeit von individuellen Fördermöglichkeiten. Besonders in den kfd-Gruppen vor Ort werden immer wieder kreative Lösungen, wie z.B. Patenschaften initiiert, um Frauen eine Mitgliedschaft oder Teilnahme zu ermöglichen. Viele Veranstaltungsformate sind auch kostenfrei für die Teilnehmer*innen (z.B. politischer Stammtisch, Equal Pay Day, Gleichberechtigung.Amen etc.)

Einige Großveranstaltungen wurden mit Gebärdendolmetscher*innen durchgeführt.

Verifizierungsindikatoren

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

2022: 100 %

2021: 100 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Website barrierefrei machen

Häuser nur noch barrierefrei auswählen

Preisnachlässe

D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfragen

- Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?
- Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Berichtsantwort

Unethische Werbemaßnahmen finden nicht statt, auch nicht auf der Homepage.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische Kampagnen entfallen

2022: 100 %

2021: 100 %

Anteil der Werbeausgaben, die auf unethische Kampagnen entfallen

2022: 0 %

2021: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?
- Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?
- In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?
- Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

Berichtsantwort

Mit den katholischen Verbänden im Bistum Münster, insbesondere mit denen, die im Verbändehaus angesiedelt sind, kooperieren wir auf verschiedene Weise. Ziel ist in der Regel, gemeinsamen Forderungen - jeweils aus unterschiedlicher Sicht - mehr Gewicht zu verleihen. Gleichzeitig findet auch immer wieder kooperative Zusammenarbeit auf der operativen Ebene statt.

Beispiele für Kooperationen in diesem Bereich

- Gemeinsame (kirchen-)politische Aktionen oder Statements
- Gemeinsame Bildungsveranstaltungen
- Gegenseitiges zur Verfügung stellen von Ressourcen
- Gemeinsame Auftragsvergabe
- Gemeinsame Feiern

Mit anderen (Frauen-)organisationen wie "Frauen+Beruf", Verbraucherzentrale, Beratungsstelle Frauen-Notruf, Gleichstellungsbeauftragte etc. wird bisher vor allem im Bildungsbereich zusammengearbeitet.

Die Bildungshäuser im Bistum Münster (Franz Hitze Haus, Landvolkshochschule Freckenhorst, Wasserburg Rindern) sind ebenfalls Kooperationspartner.

Mit anderen kfd-Diözesanverbänden wird immer kooperiert, da gemeinsame Ziele verfolgt werden. Auch die Möglichkeit gegenseitig an Bildungsveranstaltungen teilzunehmen stärkt die Kooperation und hat durch die Digitalisierung zugenommen. Insbesondere auf der NRW-Ebene findet ein intensiver Austausch auf strategischer und operativer Ebene statt.

Bei Bedarf wird auch mit Akteuren aus der Privatwirtschaft inhaltlich zusammengearbeitet. Hierbei wird auf ökologische oder inhaltliche Ausrichtung geachtet (z.B. Apfelplantage Clostermann)

Beispiele für Themen von Kooperationen mit anderen Organisationen

- Frauen und kirchliche Ämter
- Equal Pay
- Equal Care / Verteilung von Sorgearbeit
- Gewalt gegen Frauen
- Bewahrung der Schöpfung
- Gesundheit + Ernährung
- Bildung / persönliche Kompetenzerweiterung

Je nach Inhalt werden auch Wissen und Informationen mit anderen Organisationen geteilt. Gegenseitige Beratung und Informationen z.B. im Hinblick auf die gemeinsame Vertretung in Bistumsgremien oder es werden spezielle Kompetenzen genutzt, z.B. für Öffentlichkeitsarbeit.

Für die Zukunft werden weitere Kooperationen angestrebt, bzw. die bereits vorhandenen sollen weiter ausgebaut werden.

Neue Kooperationen sollen vor allem mit weiteren gesellschaftlichen Frauenorganisationen und Akteuren angestrebt werden.

Verifizierungsindikatoren

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – in Stunden/ Jahr?

2022: 1.036 Stunden

2021: 1.710 Stunden

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – als %-Anteil?

2022: 6,9 %

2021: 11,4 %

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

2022:

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	676	4.168
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen		
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe		

2021:

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	1.050	7,04
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen		
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe		

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

2022:

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Ja

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

2021:

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Ja

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D2.1**

Einige konkrete Beispiele für Kooperationen im Berichtszeitraum

- KAB, Familienbund: Schulung und Materialien zum Equal Pay Day
- KAB, Kolping: Podiumsdiskussion und weitere Gespräche zum Thema Allgemeinverbindlichkeit von Tarifverträgen
- KDFB: Aktionen zum Diakonot der Frau
- Landfrauen, Ernährungsrat: Planung zu Aktionen zu gesunder Ernährung

- Verbändehaus: gemeinsames Statement mit Regenbogenflaggen
- kfd in NRW: Austausch und gegenseitige Beratung auf der Geschäftsführungsebene

Explizite Empfehlung an Mitarbeiterinnen, Bildung in Kooperation zu machen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kontakt zu weiteren Frauenorganisationen suchen

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

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

Berichtsantwort

Organisationen innerhalb und außerhalb wird der Besprechungsraum incl. technischer Ausstattung unentgeltlich zur Verfügung gestellt.

Z.T. wird in anderen Organisationen mitgearbeitet, z.B. im Vorstand, in Arbeitsgruppen, in Ausschüssen etc.

Verifizierungsindikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

2022:

Unternehmenskategorie	Anzahl der Arbeitskräfte	Mitarbeitendenstunden
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	10	138
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	14	106

2021:

Unternehmenskategorie	Anzahl der Arbeitskräfte	Mitarbeitendenstunden
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	8	83
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	13	100

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Da in dem Sinne keine Aufträge akquiriert und bearbeitet werden, wurden auch keine Aufträge an andere Organisationen weitergegeben.

Wie hoch ist die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Es wurden keine Finanzmittel weitergegeben. Im Rahmen des Sparprozesses des Bistums setzt sich die kfd sehr für eine solidarische Verteilung der Einsparungen ein und verzichtet dadurch auf eigene Vorteile.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?
- Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern, und wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

Berichtsantwort

Aufgrund der großen Anzahl der Mitglieder (größter katholischer Verband im Bistum Münster) könnte der Einfluss auf das Bistum genutzt werden. Dies ist in der Vergangenheit nicht passiert. Dies zeigt sich auch im derzeitigen Spar- und Strategieprozess, in dem gemeinsam mit anderen Verbänden gleichberechtigt nach Lösungen gesucht wird.

Mögliche Erfolge bei den Verbandszwecken kommen in vielen Fällen inhaltlich auch den Mitorganisationen zu Gute. Eine für Mitorganisationen schädlich Kommunikation wird nicht vorgenommen. Dies wäre für alle Seiten kontraproduktiv und schädlich.

Das Ziel der Marktführerschaft ist nicht vorhanden. Ziel ist es eher den Verband zu erhalten.

Verifizierungsindikatoren

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

2022: Nein

2021: Nein

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

2022: Nein

2021: Nein

Werden geheime/ verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?

2022: Nein

2021: Nein

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

2022: Nein

2021: 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?

2022: Nein

2021: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

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

Berichtsantwort

Wie in D1.2 dargestellt ist das Mitgliedermagazin noch als Printprodukt konzipiert. Da es sechs mal jährlich erscheint, fällt hier eine nicht unerhebliche Menge an Altpapier an. Es wurde bereits über eine Umstellung diskutiert, die Umsetzung ist aber derzeit aufgrund der Altersstruktur nicht zielführend, wenn die Mitglieder erreicht werden sollen.

Bei einigen anderen Publikationen wird oftmals nur noch auf Anforderung eine Druckversion erstellt, ansonsten werden die Produkte digital zur Verfügung gestellt. Wenn Produkte gedruckt werden, wird auf entsprechendes Papier geachtet.

Bei der Teilnahme an Bildungsveranstaltungen fallen in Regel Fahrten an, die nur teilweise aufgrund der dezentralen Ausrichtung mit dem ÖPNV wahrgenommen werden können.

Durch die Umstellung eines Teils der Seminare auf Online-Formate konnte ein Teil der Fahrten eingespart werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D3.1

Umstellung von Teilen der Bildungsveranstaltungen auf Online-Formate

Sukzessive Umstellung der Publikationen auf digitale Medien

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ideen für Reduzierung Fahrten entwickeln

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

Berichtsfragen

- Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?
- Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?
- 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?

Berichtsantwort

Da nur in einem sehr geringen Ausmaß materielle Güter vertrieben werden, liegt der Schwerpunkt eindeutig auf immateriellen Gütern, wie Bildung, Beratung und politische Positionierung. Die wenigen materiellen Produkte nehmen einen kleiner werdenden Anteil ein. Darunter:

- kfd-Kaffee: Grundnahrungsmittel, fair und bio
- Tassen: Restbestände werden verbilligt angeboten
- kfd-Kalender: werden nach abgefragtem Bedarf produziert.

Somit werden die Anforderungen an die Suffizienz erfüllt.

Die immateriellen Dienstleistungen dienen zur Bewusstseinsbildung, Information und Verhaltensänderungen in ökologischen und sozialen Fragen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D3.3 Negativ-Aspekt: 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?
- 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?

Berichtsantwort

Eine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen ist nicht gegeben.

Bildungsangebote sind so angelegt, dass sie einen positiven Nutzen für die Teilnehmenden in Bezug auf die persönlichen, sozialen oder ökologischen Kompetenzen mit sich bringen. Sie sind sowohl in Bezug auf Ausstattung, Verpflegung, Entfernung möglichst ressourcenschonend ausgerichtet.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

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

Berichtsfragen

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?
- Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?
- Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Berichtsantwort

Die Mitgliedsfrauen, die ja durchaus als Zielgruppe der Aktivitäten (Bildung, Beratung, Service) angesehen werden, haben natürlich über ihre demokratische Teilhabe die Möglichkeit, Einfluss zu nehmen. Hier ist eine Überschneidung zur Berührungsgruppe B zu vermerken. Feedback und Anregungen werden aufgenommen. Insbesondere die Mittlere Ebene, aber auch die Teams der Ortsebenen wurden zu bestimmten Themen befragt, die Dienstleistungen entsprechend auszurichten. Regelmäßig gehen beim kfd-DV MS Anfragen ein, die dann zum Anlass genommen werden, neue Bildungsangebote oder Serviceangebote zu konzipieren. Hier sind auch

Mitwirkungsmöglichkeiten in der Form gegeben, dass Wünsche zu Inhalten berücksichtigt werden (z.B. Schulungen und Sprechstunden zum Thema Finanzen/Kassenführung).

Teilnehmer*innen von Bildungsangeboten werden über Feedbackbögen aufgefordert, ihre Kritik oder Anregungen einfließen zu lassen.

Marktforschung wurde vom kfd-DV MS bisher in der Form nicht eingesetzt. Von Seiten des kfd-Bundesverbandes wurden durchaus Studien durchgeführt, z.B. zum Thema Gleichstellung in der Gesellschaft. Diese Ergebnisse werden genutzt, um die Bildungsarbeit entsprechend inhaltlich auszurichten und die Bedürfnisse zu berücksichtigen.

Insbesondere Beratung und Service-Dienstleistungen werden ausschließlich durch die Kund*innenwünsche aktiviert und werden dabei unter ihrer Beteiligung erstellt.

Verifizierungsindikatoren

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

2022: 50 %

2021: 50 %

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

Insbesondere im Bereich Plastikvermeidung und Papiereinsparungen kommen immer wieder Impulse von Kund*innen, insbesondere aus der Mitgliederschaft. Dies wird dann auch umgesetzt. Der Wunsch nach dem Verzicht auf Papierpublikationen kommt in erster Linie von Frauen aus dem Verband.

Auch Veranstaltungsvorschläge und -Formate sind so entstanden, wie z.B. die "Gradwanderung" (Klima-Pilgertag)

Eine zahlenmäßige Bezifferung ist schwierig, da die Angebote laufend an die Rückmeldungen angepasst werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D4.2 Produkttransparenz

Berichtsfragen

- Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?
- Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?
- Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?
- 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)?

Berichtsantwort

Grundsätzlich sind alle Informationen zu den Produkten transparent.

Bezgl. der Preise gibt es bei einigen Veranstaltungen Rabatte für Mitgliedsfrauen, was aber öffentlich kommuniziert wird, da beide Preise angegeben werden. Eine weitere Differenzierung wird nicht vorgenommen. In der Regel setzen sich die Preise aus Kosten für Referent*innen, Tagungshäusern, Technik, Materialien und ggfls. Catering zusammen. Diese werden nicht extern ausgewiesen.

Externe Effekte sind uns nicht bekannt.

Der angebotene kfd-Kaffee ist biologisch und fair hergestellt und die Inhaltsstoffe werden angegeben.

Darüber hinaus werden nur kfd-Tassen verkauft, die aus Porzellan bestehen.

Verifizierungsindikatoren

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

2022: 100 %

2021: 100 %

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

2022: 0 %

2021: 0 %

Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen

2022:

Eine Externalisierung von Kosten bei den Produkten und Dienstleistungen ist nicht bekannt. Die in D3 dargestellten ökologischen Folgen können zu Externalisierung führen, da bisher z.B. noch keine Kompensation von CO₂-Emissionen geleistet wurden.

2021:

Eine Externalisierung von Kosten bei den Produkten und Dienstleistungen ist nicht bekannt. Die in D3 dargestellten ökologischen Folgen können zu Externalisierung führen, da bisher z.B. noch keine Kompensation von CO₂-Emissionen geleistet wurden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D4.2

Kompensationen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfragen

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

Berichtsantwort

Es werden keine Produkte mit Schadstoffen vertrieben / angeboten und die Dienstleistungen haben keine Nebenwirkungen.

Verweis nochmal auf die PKW-Fahrten, da innerhalb des Bistums viele Orte nicht ausreichend mit ÖPNV erreichbar sind (z.B. abends)

Verifizierungsindikatoren

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

2022: 0 %

2021: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E Gesellschaftliches Umfeld

Die Berührungsgruppe "Gesellschaftliches Umfeld" kann sehr weit gefasst werden. Die Wirkungen des Handelns des kfd-DV MS haben dabei unterschiedliche Auswirkungen auf die unterschiedlichen Gruppen. Dies sind

- Menschheit allgemein
- Gesellschaft / Gemeinwesen
- Menschen im Bistum Münster
- Christen
- kirchliche Einrichtungen / Gemeinden
- Andere Verbände und Organisationen
- Frauen innerhalb + außerhalb des Verbandes
- Nachfolgende Generationen
- Nachbarschaftliches Umfeld

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

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

Berichtsfragen

- Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe weiterführende Informationen) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?
- 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?
- In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
- Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Berichtsantwort

Bis auf einige Ausnahmen handelt es sich beim Leistungsspektrum des kfd-DV MS um Bildungs- und Beratungsdienstleistungen sowie um Interessenvertretung für die Anliegen von Frauen in Kirche und Gesellschaft.

Dieses Angebotsspektrum erfüllt in jeweils unterschiedlicher Form und Umfang alle Grundbedürfnisse (s. dazu Anlage)

Über diese Dienstleistungen hinaus werden wenige Konsumprodukte angeboten. Dies ist einerseits der eigene bio-fair-zertifizierte kfd-Kaffee sowie Porzellan-Tassen.

Reine Luxusprodukte oder -dienstleistungen werden nicht erstellt.

Durch die persönliche Weiterbildung werden Frauen in ihrer Persönlichkeit gestärkt. Sie erlernen Schlüsselqualifikationen - sowohl für das eigene Wohlbefinden, als auch für die berufliche Weiterentwicklung (s. dazu auch Anlage)

Die Ungleichheit zwischen den Geschlechtern sowohl in der Kirche als auch in der Gesellschaft soll durch Bewusstseinsbildung, aber auch Kampagnenarbeit und Interessenvertretung verringert werden (Equal Pay, Equal Care/Sorgearbeit, Gerechtigkeit.Amen etc.). Durch Bildung und Aufklärung werden Frauen mit dem Thema Bewahrung der Schöpfung und Gerechtigkeit konfrontiert und weiterentwickelt. Insbesondere durch die Beratungsangebote wird das Ehrenamt gestärkt, welches eine wichtige gesellschaftliche Funktion übernimmt. Gleichzeitig führt dies zu Konfliktlösungen, die einem lokalen guten Miteinander dienen.

Im Jahr 2021 lag ein Schwerpunkt auf dem Thema Bewahrung der Schöpfung. Durch drei große Podiumsdiskussionen wurde das Thema Klimaschutz aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet (nachhaltige Mode, eigene Handlungsspielräume, politische Einflussnahme).

Verifizierungsindikatoren

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Grundbedürfnisse

2022: 80 %

2021: 80 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Bedürfnisse nach Statussymbolen bzw. Luxus

2022: 0 %

2021: 0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Menschen

2022: 80 %

2021: 80 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Erde/ Biosphäre

2022: 20 %

2021: 30 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes zur Lösung gesellschaftlicher oder ökologischer Probleme laut UN-Entwicklungszielen

2022: 80 %

2021: 80 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Mehrfachnutzen bzw. einfachem Nutzen

2022: 80 %

2021: 80 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit hemmendem bzw. Pseudo-Nutzen

2022: 0 %

2021: 0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Negativ-Nutzen

2022: 0 %

2021: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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?
- Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?
- Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung über eine Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

Berichtsantwort

Schon die Verbandsstruktur ist auf die Stärkung der Gemeinschaft von Frauen angelegt. Dies ist sowohl im Namen (katholische Frauengemeinschaft) sowie auch in der Präambel der Satzung verankert.

Die Angebote des kfd-DV MS richten sich einerseits an die Mitgliedsfrauen, andererseits aber auch an alle Menschen darüber hinaus. Die Art der Angebote spricht sicherlich in erster Linie Frauen an, die Angebote sind aber keinesfalls darauf beschränkt oder exklusiv. Insbesondere bei gesellschaftspolitischen oder kulturellen Themen werden alle Menschen erreicht. Gerade im kirchenpolitischen Bereich gibt es eine große Unterstützung der kfd-Anliegen wie lückenlose Missbrauchsaufklärung, Änderung der Sexualmoral und natürlich Öffnung aller Ämter für Frauen. Durch die Themenvielfalt haben alle Geschlechter und alle Gesellschaftsschichten ein - wenn auch von einander abweichendes - Interesse daran (Gleichberechtigung, Frieden, Bewahrung der Schöpfung etc.)

Über Bewusstseinsbildung sollen Ungerechtigkeiten - bis hin zu globalen Auswirkungen - deutlich gemacht werden und zu Änderung der eigenen Konsumententscheidung führen. Einen direkten Einfluss hat der kfd-DV MS natürlich nicht auf das Verhalten seiner Mitglieder oder des gesellschaftlichen Umfeldes, aber es ist spürbar, dass sich insbesondere die Frauen in den Gemeinschaften vor Ort mit diesen Themen mehr befassen als ohne die Bildungs- und Kampagnenarbeit der kfd (Blumenkampagne, kfd-Kaffee, Weltgebetstag der Frauen, Friedensgebete etc.)

Über Presseberichterstattung sollen weite Teile der Gesellschaft erreicht werden. Auf der Website werden ebenfalls Berichte veröffentlicht. In den Verbandsmedien wird regelmäßig über die Aktivitäten und Auswirkungen berichtet.

Verifizierungsindikatoren

Art und Anzahl der Aktivitäten/ Maßnahmen pro Jahr

s. dazu angehängte Datei

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

2021: 210.000

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

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

Berichtsantwort

Zunächst haben die Dienstleistungen keine negativen Auswirkungen auf Menschen oder Menschenrechte.

Durch die Begleitumstände (Fahrten zu Bildungsstätten etc.) gibt es negative Effekte.

Verifizierungsindikatoren

Als menschenunwürdig eingestufte Produkte und Dienstleistungen

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen

2022: 0 %

2021: 0 %

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

2022: 0 %

2021: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

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)?
- Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z.B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?
- Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

Berichtsantwort

Aufgrund der Gemeinnützigkeit des Verbandes gelten für den kfd-DV MS die entsprechenden steuerlichen Regelungen. Die entsprechenden Steuererklärungen (KST, UST) werden jährlich gemacht.

- Körperschaftssteuer
 - Regelungen in der Regel nicht Körperschaftssteuerpflichtig. Es fallen zwar Einnahmen und Ausgaben im Wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb an, jedoch sind sie in der Regel nicht relevant, da sie weit unterhalb der steuerlichen Grenzen liegen.
- Gewerbesteuer
 - Ebenso ist der Verband von der Gewerbesteuer befreit.
- Umsatzsteuer
 - Im Bereich des steuerbegünstigten Zweckbetriebs und des Wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs werden Umsatzsteuer und Vorsteuer berücksichtigt. Die Höhe richtet sich nach den jeweiligen jährlichen Gegebenheiten und Aktivitäten.

Alle Arbeitsverhältnisse beim kfd-DV MS sind sozialversicherungspflichtig. Es gibt keine geringfügig Beschäftigte.

Lohnsteuer wird selbstverständlich in voller Höhe abgeführt, ebenso Sozialversicherungsbeiträge. Im Rahmen der betrieblichen Altersvorsorge wird in die KZVK (kirchliche Zusatzversorgungskasse) ein prozentualer Betrag des Bruttolohns der Mitarbeiter*innen eingezahlt.

Als Mitglied der VBG (Verwaltungsberufsgenossenschaft) wird jährlich der entsprechende lohnsummenabhängige Betrag gezahlt.

Um die Kapitallücke der KZVK zu schließen zahlt der kfd-DV MS jährlich einen Betrag gemäß der vorgegebenen Maßgrößen.

Der kfd-DV MS erhält vom Bischöflichen Generalvikariat Münster Bistumszuweisungen aus einem Topf, der eigens für die katholischen Verbände eingerichtet wurde. Er wird nach einem Schlüssel, dem verschiedene Kriterien zugrunde liegen, auf die Verbände verteilt.

Verifizierungsindikatoren

Erlöse

2022: 1.158.038,42 €

2021: 1.139.287,06 €

Abgaben

2022: 273.641,28 €

2021: 298.658,53 €

Subventionen

2022: 0 €

2021: 0 €

Wertschöpfung

2022: 692.069,66 €

2021: 831.868,32 €

Netto-Abgabenquote

2022: 39,54 %

2021: 35,9 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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)?
- Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?
- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?
- Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?
- Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

Berichtsantwort

In der Regel werden jährlich Spenden insgesamt in Höhe eines hohen vierstelligen Betrages getätigt. Diese gehen an gemeinnützige Organisationen, vor allem solche NGOs, die sich für Frauen in verschiedenen Lebenssituationen einsetzen (z.B. medica mondiale, Solwodi etc.). Die lokalen Gruppen spenden oftmals an Organisationen vor Ort und stärken damit das Dorfleben und die soziale Struktur vor Ort. In 2021 wurde auch ein großer Teil an die Flutopfer in anderen Diözesanverbänden (z.B. Trier) gespendet, die dazu aufgerufen hatten.

Darüber hinaus findet ein ehrenamtliches Engagement insbesondere der ehrenamtlichen Vorstandsfrauen in zahlreichen anderen Organisationen statt (Frauenrat NRW, Diözesankomitee, Frauenkommission).

Die Infrastruktur des Verbandes wird immer wieder auch anderen Organisationen zur Verfügung gestellt, wie die Nutzung der Räume und Technik durch die GWÖ-Regionalgruppe oder andere NGOs.

Der Eigennutzen des kfd-DV MS besteht vor allem in der Kooperation mit anderen NGOs, Gremien und Organisationen mit dem Ziel, die Interessen für Frauen in die Öffentlichkeit zu bringen und

Lösungen zu erzielen. Somit ist eine Abgrenzung zwischen Eigen- und gesellschaftlichem Nutzen schwierig.

Durch die Auswahl von NGOs, für die gespendet wird, beschäftigen sich die Beteiligten intensiver mit den dahinter liegenden Problemen. Dies öffnet nicht selten die Augen für die Situation anderer und eröffnet die Möglichkeit der Reflexion des eigenen Verhaltens.

Die Kooperation bietet neben Synergieeffekten auch einen Schneeballeffekt, d.h. eine gegenseitige Befruchtung und gemeinsamer Einsatz für ein besseres Leben - evtl. auch für unterschiedliche Zielgruppen.

Als ehrenamtlich geführter und ausschließlich ehrenamtlich aufgestellter Verband ist das Ehrenamt einerseits Strategie, andererseits auch Inhalt vielfältiger Aktivitäten des Verbandes und somit sehr stabil. Ziel ist explizit, Veränderungen in Kirche und Gesellschaft herbeizuführen (z.B. grundlegende Reformen in der katholischen Kirche, Abbau des Gender Pay Gaps, bessere Verteilung von Care-Arbeit etc.).

Die Stärkung des Ehrenamtes nimmt insbesondere im Bereich verbandliche Bildung und Beratung einen großen Stellenwert ein. Aufgrund der gesellschaftlichen und demografischen Entwicklung und der damit verbundenen Tendenz, sich nicht mehr langfristig zu binden, wird dies jedoch immer schwieriger und bleibt eine der ganz großen Herausforderungen für den kfd-DV MS.

Mit der Entscheidung einen Ausbildungsplatz zu schaffen für eine Frau, die ansonsten auf dem Arbeitsmarkt schlechtere Chancen hat (aufgrund ihrer Familiensituation, Herkunft etc.), wollte der kfd-DV MS ebenfalls einen Beitrag zum Gemeinwesen schaffen. Dies hat insbesondere in 2021 sehr viele personelle Ressourcen in Anspruch genommen.

Verifizierungsindikatoren

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % des Umsatzes

2022: 1,47 %

2021: 1,98 %

Eine Bezifferung des Eigennutzes ist nicht möglich, da Leistungen für das Gemeinwesen und für andere Organisationen ggfls. auch den Zielen der kfd entsprechen.

Es werden bei der Berechnung nur Stunden der Diözesanebene berücksichtigt, die für andere Organisationen aufgewendet wurden. Auf der Orts- und Regionalebene wird ein erheblicher Umfang an Stunden für das Gemeinwesen erbracht. Dieser kann nicht gemessen sondern nur geschätzt werden, daher wurde er hier nicht berücksichtigt.

Bei der Berechnung im Bezug auf den Umsatz wurden dabei auch Mitgliedsbeiträge einbezogen, die zwar kein Umsatz sind, aber für die Berührungsgruppe D miteingerechnet wurden und daher hier auch berücksichtigt werden. Ansonsten wäre der Anteil der Leistungen sehr viel höher.

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % der Gesamtjahresarbeitszeit

2022: 1,33 %

2021: 1,47 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfragen

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

- Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?
- Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?
- Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen?
- Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?
- Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?
- Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?
- Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?

Berichtsantwort

Aufgrund der fast ausschließlich inländischen Tätigkeit des Verbandes und Partnerschaften ist dies nicht gegeben.

Finanzgeschäften wurden bisher ausschließlich mit der Bank des Bistums getätigt, die sich als Genossenschaftsbank ethisch-nachhaltigen Kriterien verschrieben hat.

Das Risiko von Abfluss in private Kanäle oder Schwarzgeld ist aufgrund einer dreifachen Prüfung relativ gering (Wirtschaftsprüfung, Kassenprüfung durch gewählte Prüferinnen sowie Innenrevision des Bistums). Darüber hinaus gilt bei allen Zahlungen das Vier-Augen-Prinzip, z.T. sechs-Augen-Prinzip.

Eine Auftragsvergabe erfolgt nach internen Absprachen und ist jederzeit transparent nachzuvollziehen und für die entsprechenden Stellen zugänglich.

Verifizierungsindikatoren

Wenn das Unternehmen Teil eines internationalen Konzerns ist, im Verbund mit anderen internationalen Partner*innen agiert oder an der digitalen Ökonomie (länderübergreifend) teilnimmt, muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartner*innen im Ausland erfolgen, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10%) abfließt.

Länderspezifisches Reporting

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfragen

- Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen?
- Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?
- Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträger*innen umgegangen?
- Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?
- Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?
- Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?
- Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?
- Wie werden Interessenkonflikte (persönliche Interessen gegenüber Firmeninteressen) sichtbar gemacht, und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

Berichtsantwort

Unseres Erachtens sind die Korruptionsrisiken innerhalb der Organisation eher gering. Intern sind die Entscheidungsfindungen durch die Gremien transparent und werden in der Regel nicht durch Einzelpersonen getroffen.

Vergabe von Aufträgen an verbundene Personen oder Unternehmen erfolgen nur im Einzelfall und in geringem Ausmaß (z.B. Künstler, kleinere Handwerksarbeiten etc.). Bei größeren Aufträgen werden i.d.R. drei Angebote eingeholt und den Entscheidungsgremien vorgelegt.

Die Entscheidungsbefugnisse sollen in einer Geschäftsordnung festgehalten und transparent gemacht werden. Diese wird derzeit erarbeitet.

Die Zahlung erfolgt nach dem Vier/Sechs-Augen-Prinzip. Insbesondere durch die Innenrevision durch das Bistum Münster wird eine sehr kritische Überprüfung durchgeführt.

Die kfd versteht sich durchaus als Lobby-Verband, der die Interessen von Frauen vertritt. Diese beziehen sich jedoch nur auf die öffentlichen Aktivitäten. Es werden keine heimlichen Lobby-Aktivitäten durchgeführt. Es werden keine Gelder/Spenden etc. an Parteien etc. gezahlt.

Die internen Kontrollsysteme wurden durch verschiedene Prüfungen (Wirtschaftsprüfung, Innenrevision) als ausreichend bewertet.

Verifizierungsindikatoren

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?

Es hat keine Parteispenden gegeben.

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

Es gibt keine Lobby-Aufwendungen.

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

Bisher keine explizite Aufforderung und Systematik. Bisher wurde versucht, dies durch das interne Kontrollsystem zu verhindern.

Durch die Wirtschaftsprüfung wurden die internen Kontrollsysteme bisher als ausreichend bewertet.

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positivaspekt E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

2022: Ja

2021: Ja

Es werden Spenden an gemeinnützige Organisationen getätigt, die im Sinne der Organisation handeln. Diese werden von den entsprechenden Gremien, nicht durch Einzelpersonen verantwortet.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & 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, ...)
 - Feinstaub und anorganische Emissionen
 - Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
 - Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO_x, SO_x, CO₂)
 - Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x)
 - ionisierende Strahlung
 - Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
 - Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)
 - Landverbrauch
 - Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)
- Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Berichtsantwort

Grundsätzlich achtet der kfd-DV MS auf eine ökologisch-nachhaltige Organisationsführung. Dabei gibt es sicherlich in einigen Bereichen Verbesserungspotentiale.

Aufgrund der Art der Dienstleistung gibt es keinen Produktionsprozess, in dem chemische etc. Abfälle und Emissionen anfallen.

In folgenden Bereichen werden Emissionen ausgestoßen bzw. werden umweltschädliche Stoffe oder Ressourcen verbraucht.

- **Mobilität**
 - Das Bistum Münster, in dem der kfd-DV MS tätig ist, ist ein großes Flächenbistum. Da der Verband dezentral aufgebaut ist, sind in großem Umfang Fahrten notwendig, z.B. zu
 - Bildungsveranstaltungen
 - Gremiensitzungen
 - Beratungen vor Ort
 - Es werden dort, wo es gut möglich ist, öffentlicher Personenverkehr in Anspruch genommen. Eine Vorgabe oder ein finanzieller Anreiz ist nicht gegeben.
 - Aufgrund der Nähe zum Hauptbahnhof ist die Möglichkeit für Besucher, den ÖPNV zu nutzen deutlich besser geworden.
- **Einkauf**
 - Die Mitarbeiter*innen sind angehalten regional und möglichst Bio und Fair einzukaufen. Dies bezieht sich vor allem auf Lebensmittel für die Bewirtung, aber auch auf den Einkauf von Büromaterial.
 - Beim Papier wird auf Recycling-Papier (Blauer Engel) geachtet. Mails etc. sollen nur ausgedruckt werden, wenn dies wirklich notwendig ist.
 - Es gibt die Vorgabe für die Mitarbeiter*innen, dass möglichst nicht im Online-Handel bestellt wird, sondern vor Ort eingekauft werden soll, um Transport und Verpackung einzusparen und die heimische Wirtschaft zu stärken. Dies ist jedoch insbesondere bei den Gruppen in kleineren Ortschaften schwer umsetzbar, da das regionale Angebot inzwischen oftmals sehr eingeschränkt ist.
- **Energie**
 - Die Büroräume werden mit Geothermie relativ emissionsarm geheizt und gekühlt.
 - Der kfd-DV MS kauft über den Rahmenvertrag des Bistums mit den Stadtwerken Münster Öko-Strom ein.
 - Die Mitarbeiter*innen sind angehalten, möglichst stromsparend zu agieren - sofern dies möglich ist (kein Standby etc.)
 - Durch große Fenster strömt viel Tageslicht in die Büroräume. Insbesondere in den Wintermonaten, ist dies allerdings nicht ausreichend und es werden zusätzliche Kunstlichtquellen benötigt (Schreibtischleuchten, Deckenleuchten).

Verifizierungsindikatoren

Relevante Umweltkonten des Unternehmens

2022:

Zum größten Teil werden Fahrtkosten im Rahmen von km-Pauschalen erstattet. Darüber hinaus gibt es in geringerem Maße Bahnfahrkarten oder Mitfahrgelegenheiten. Wir schätzen die Fahrten

zu Gremiensitzungen, Bildungsveranstaltungen etc. auf ca. 60.000 km mit privaten PKW ein. Es fallen darüber hinaus noch Busfahrten an, mit denen Teilnehmer*innen gemeinsam z.B. zu Exerzitien fahren, Hier kann man sicherlich nochmal von ca. 5.000 km ausgehen.

In den Büroräumlichkeiten wird mit Geothermie geheizt und gekühlt, so dass keine fossilen Brennstoffe verwandt werden.

2021:

Zum größten Teil werden Fahrtkosten im Rahmen von km-Pauschalen erstattet. Darüber hinaus gibt es in geringerem Maße Bahnfahrkarten oder Mitfahrgelegenheiten. Wir schätzen die Fahrten zu Gremiensitzungen, Bildungsveranstaltungen etc. auf ca. 35.000 km mit privaten PKW ein. Es fallen darüber hinaus noch Busfahrten an, mit denen Teilnehmer*innen gemeinsam z.B. zu Exerzitien fahren, Hier kann man sicherlich nochmal von ca. 3.000 km ausgehen.

In den Büroräumlichkeiten wird mit Geothermie geheizt und gekühlt, so dass keine fossilen Brennstoffe verwandt werden.

s. zu den Werten angehängte Datei

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Es könnten bei der Erstattung von Fahrtkosten eine CO2-Abgabe in den Blick genommen werden

Insbesondere im Bereich der Mobilität sollten alternative Erstattungsformen angedacht werden, um den Individualverkehr zu verringern.

Es könnte über ein Tempolimit bei Dienstfahrten nachgedacht werden

C3: 49 EUR Ticket für MA

E3.2 Relative Auswirkungen

Berichtsfragen

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich

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

Berichtsantwort

Zum Branchenvergleich liegen keine Daten vor.

Die gravierendsten ökologischen Auswirkungen sind sicherlich die Emissionen aufgrund der Fahrtwege zu Gremien und Veranstaltungen. Diese sind unseres Wissens jedoch bei ähnlich strukturierten Organisationen ähnlich.

Verifizierungsindikatoren

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

Berichtsfragen

- Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörnde Betriebsauflagen gibt es, und sind die Auflagen eingehalten?
- Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten, oder sind Rechtsverstöße bekannt?
- Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bezüglich ökologischer Belastungen liegen vor?
- Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder*innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs etc.) gibt es?
- Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

Berichtsantwort

Es gibt keine Genehmigungen und Auflagen, da es keinen besonderen industriellen Herstellungsprozess gibt. Gesetze werden selbstverständlich eingehalten.

Beschwerden von Nachbar*innen, anderen Stakeholder*innen etc. gibt es nicht.

Die technische Ausstattung der Büroräume ist relativ modern.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?
- In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?
- Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?
- Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Berichtsantwort

Der kfd-DV MS hat ein großes Interesse an einer Berichterstattung über die Aktivitäten, Maßnahmen und auch über die Lobbyarbeit für Frauen. Diese Berichterstattung findet über Presse, Soziale Medien, Website, Berichte etc. statt.

Im Jahresbericht, der öffentlich zugänglich ist (Website etc.), werden die wichtigsten Ereignisse und die Entwicklung (Verbandsentwicklung, Aktivitäten) des Vorjahres dargestellt. Eine Überprüfung erfolgt nicht.

Insbesondere im Bereich der Lobby-Arbeit für Frauen - sowohl in Kirche als auch Gesellschaft - wird der Standpunkt und die Maßnahmen dazu öffentlich dargestellt und demonstriert. Dies führt immer wieder auch zu kritischen Nachfragen oder Anmerkungen. Durch die Verfügbarkeit aller Kontaktdaten ist eine Erreichbarkeit und Entgegennahme von Kritik erwünscht und gegeben.

Die Finanzen werden in den Gremien besprochen. Diese sind aber auch für Gäste aus der Mitgliederschaft offen.

Eine Eintragung ins Transparenzregister erfolgte Anfang 2022.

Verifizierungsindikatoren

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

2022: Nein

2021: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung

Berichtsfragen

- Wie können Bürger*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?
- Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Berichtsantwort

Alle Kontaktdaten sind öffentlich zugänglich (Website) und ermöglichen jederzeit mit dem kfd-DV MS in Kontakt zu treten.

Der kfd-DV MS zeigt sich und seine Standpunkte öffentlich und ist dabei für Diskussionen offen. Beispiele dafür sind Demonstrationen zum Thema "Erneuerung der Kirche", öffentliche Aktionen zum Equal Pay Day, Podiumsdiskussionen zu verschiedensten Themen (z.B. Allgemeinverbindlichkeit von Tarifverträgen, Sterbehilfe, Klimaschutz, Nachhaltige Mode etc.).

Eine systematische Dokumentation von Kritik und Anregungen von außen erfolgt nicht, jedoch werden sie aufgenommen und fließen ggfls. in den Entscheidungsprozess ein. Dazu gibt es jedoch kein festgelegtes Verfahren.

Entscheidungen werden je nach Tragweite satzungsgemäß und demokratisch durch die Organe des Verbandes (Diözesanvorstand oder Diözesanversammlung (Delegiertenversammlung) getroffen. Bei weitreichenden Entscheidungen wird die Basis über die Regionen mit einbezogen. Eine Mitentscheidung von außen ist nicht vorgesehen. Innerverbandlich werden demokratische Mitentscheidung gewährleistet.

Verifizierungsindikatoren

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

2021:

Mitentscheidungsgrad	Anteil der Mitentscheidung (in %)
0	0

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

2022: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

Berichtsfragen

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

Berichtsantwort

Durch den kfd-DV MS werden bewusst keine Fehlinformationen gestreut. Forschungsergebnisse werden eher dazu genutzt, die Notwendigkeit z.B. der Gleichstellung von Frauen zu untermauern.

Sollten falsche Informationen vorliegen und versehentlich genutzt werden, werden diese nach Kenntnisnahme korrigiert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Eine Unterscheidung zwischen kurzfristigen und langfristigen Zielen macht für uns keinen Sinn, da wir keine Umsatzziele o.ä. verfolgen.

Langfristige Ziele

- Verbesserung der Situation und Gleichstellung von Frauen in der Gesellschaft in Bezug auf z.B.
 - Chancen und Bezahlung in der Arbeitswelt
 - Verteilung von Sorgearbeit
 - Vermeidung von Altersarmut
- Grundsätzliche Reformen in der Katholischen Kirche, u.a.
 - Priesterweihe für Frauen
 - Änderung der Sexualmoral
 - Abbau aller diskriminierender Regeln und Strukturen
 - Machtabbau und Abbau klerikaler Strukturen
- Bewahrung der Schöpfung
- Bildung für Frauen
- Mitgestaltung einer solidarischen Gesellschaft

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU)

Auf eine Erklärung zur Konformität mit der bestehenden EU-Richtlinie zur Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen wird verzichtet.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert?
Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Der Bericht wurde erstellt durch die Geschäftsführerin Maria Terbeck, oftmals in Absprache mit ihrer Co-Geschäftsführerin Andrea Temming.

Bei einigen Themen wurden Vorstandsfrauen und Mitarbeiterinnen befragt und einbezogen.

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

230 Stunden

Der Bericht wurde vollständig in ehrenamtlicher Arbeit erstellt (Geschäftsführerinnen haben dies außerhalb ihrer Arbeitszeit gemacht). Die Mitarbeit des Vorstands ist grundsätzlich ehrenamtlich.

Beteiligung (Befragung, Redaktion) von weiteren Mitarbeiterinnen erfolgte selbstverständlich in deren bezahlter Arbeitszeit.

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Es wurde während des Berichtes immer wieder darüber berichtet. Einige Mitarbeiterinnen haben einzelne Teile des Berichts auch bei der Erstellung gelesen.

Für die Schlussredaktion wurde der Vorstand sowie die Mitarbeiterinnen einbezogen.

Es wurde in den Gremien und in Berichten über die Bilanzierung informiert.

Datum: 24.04.2024

Testat



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Peerevaluationsprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:



Zertifikat:	Peerevaluation	Gemeinwohl-Bilanz	kfd-Diözesanverband Münster e.V.
	M5.0 Vollbilanz	01.01.2021 – 31.12.2022	PG-MSOS-2022
zert. Begleiter*in	Claudia Schleicher Tobias Daur	Beteiligte Peerguppen Firmen	
		• FT Forum Tiergesundheit GmbH, Belm • Fleischerei Andreas Witte, Osnabrück	

Wert	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Wert				
Berufungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 50 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 70 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 40 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 30 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 80 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 100 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 70 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 60 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 40 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 50 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 30 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 50 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen-Beziehungen: 60 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 70 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 60 %	D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz: 50 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Soz. und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 70 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 50 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 30 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 40 %
Zertifikat gültig bis 31.01.2026				BILANZSUMME: 495

Mit diesem Zertifikat wird die Peerevaluation des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: gcoxt1
Nähere Informationen zur Matrix und dem Peersystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 12.10.2024

Bridget Knapper and Markus Müllenschläder / Executive Directors
International Federation for the Economy for the Common Good e.V., VR 24207

INTERNATIONAL
FEDERATION
for the Economy for the Common Good e.V.

Anhang

1. Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner

A: Lieferant*innen

B: Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

C: Mitarbeitende

Anzahl der Mitarbeitenden (in Vollzeitäquivalenten)

In den hier dargestellten Zahlen sind die ehrenamtlichen Vorstandsmitglieder enthalten. Ebenfalls sind die Geistlichen Leiterinnen, die für die kfd arbeiten, aber beim Bischöflichen Generalvikariat angestellt sind. Auch die Auszubildende ist hier enthalten (s. dazu auch angehängte Datei).

Auf der Regional- und Ortsebene arbeiten ebenfalls sehr viele Frauen ehrenamtlich mehr als vier Std./Woche. Eine Erfassung dieser Arbeit ist hier nicht möglich.

Personalkosten (brutto ohne Arbeitgeberanteil)

Die Personalkosten beziehen sich nur auf die beim kfd-Diözesanverband angestellten Mitarbeitenden. Dies sind in 2021 9,27 und in 2022 8,63 VZ-Äquivalente (s. dazu die angehängte Datei MA-VZ-Äquivalente - nur bez - 2021-2022).

Durchschnittlicher Arbeitsweg der Mitarbeitenden

Der Arbeitsweg wurde unter Berücksichtigung der Präsenzzeiten in der Geschäftsstelle berechnet.

D: Kund*innen und Mitunternehmen

Umsatz

Diese Zahlen enthalten einen großen Teil an Mitgliedsbeiträgen. Dies ist kein Umsatz im eigentlichen Sinne.

E: Gesellschaftliches Umfeld

2. Liste der Anlagen und Referenzen

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Aspekt E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben	E1_Produkte-Dienstleistungen.pdf	Anlage	
Aspekt E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	Aktivitäten_2021-2022.xlsx	Anlage	

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Aspekt E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie	Verbrauch.pdf	Anlage	
Berührungsgruppe A Lieferant*innen	Kirchhoff_-_fona-blue_pi_2-Datenblatt.pdf	Anlage	
Berührungsgruppe A Lieferant*innen	Kirchhoff_-_toplan-blue_pi_1-Datenblatt.pdf	Anlage	
Berührungsgruppe B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen	Anlagerichtlinien.pdf	Anlage	
Berührungsgruppe B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen	Satzung_-_geändert_-_2022-03-17_-_Layout.pdf	Anlage	
Berührungsgruppe C Mitarbeitende	MA-VZ-Äquivalente_-_2021-2022_v5vel4x.pdf	Anlage	
Berührungsgruppe C Mitarbeitende	MA-VZ-Äquivalente_-_nur_bez_-_2021-2022_snyAQfA.pdf	Anlage	

Weitere Dokumente

Unternehmenslogo: kfd_Logo_nur_Elipse-purpur.png

GWÖ-Mitgliedschaft: GWÖ_DE_Mitgliedsbestätigung_geOrg_kfd-Diözesanverband_Münster_e.V..pdf