SpielScheune der Geschichten

GEMEINWOHL ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft

GEMEINWOHL-BERICHT

Unternehmen

Allgemeine Infos

- Firmenname: Verein für Kinder- und Jugendförderung e.V. SpielScheune der Geschichten
- Branche: Indoor-Spielstätte mit Geschichtenangebot
- Anzahl der MitarbeiterInnen: 9 Personen (Vollzeitäquivalent)
- Umsatz: ca. € 730.000,00
- Gewinn:
- Die SpielScheune der Geschichten ist der Zweckbetrieb des gemeinnützigen Vereins für Kinder- und Jugendförderung e.V.
- Sitz + Homepage: Hamburg, Marie-Henning-Weg 1, 21035 Hamburg

  www.SpielScheune-der -geschichten.de

- Berichtszeitraum: 01.01.2014 – 31.12.2015

Tätigkeitsbereich

*Die SpielScheune der Geschichten ist ein Ort für das friedliche Miteinander von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen. Dies wird durch eine zum Spiel einladende Umgebung und das Erzählen von Geschichten aus allen Kulturen und Religionen gefördert. Alle Aktivitäten orientieren sich an dem Leitsatz: „**Frieden wächst in den Herzen unserer Kinder“***

Aufteilung gemessen am Umsatz:

Produkte/Dienstleistung (Spiel- und Programmbereich)	*77,87 %*
Verkauf kleiner Speisen und Getränke	*20,90 %*
Vermietung Saal für Versammlungen und Vermietung Kanu / Grill / Lagerfeuer	*1,23 %*

Aufteilung gemessen an der Grundfläche (Nutzung)

Produkte/Dienstleistung (Spiel- und Programmbereich)	*85 %*
Verkauf kleiner Speisen und Getränke	*7 %*
Vermietung Saal für Versammlungen und Vermietung Kanu / Grill / Lagerfeuer	*8 %*

Der Saal der Geschichten

Der Saal der Geschichten wird in der Regel nur für unsere Programmarbeit genutzt, das heißt hier werden in der Regel viermal am Tag Geschichten erzählt. Der Bedarf im Bezirk an derartigen Räumen ist jedoch sehr hoch, so, dass wir den Saal wochentags gern für Versammlungen der Bewohner in der Nachbarschaft gegen einen sehr geringen Aufpreis (für Reinigung und Aufbau durch die Hausmeister) zur Verfügung stellen.

Bei Bedarf wird der Saal wochentags für Trauerfeiern genutzt.

Muslimische Gäste nutzen den Saal nahezu täglich unentgeltlich für Gebete; Erzieher und Lehrkräfte können ihre Dienstbesprechungen abhalten, ebenfalls kostenlos. Der Saal wird so kontinuierlich genutzt, und steht einer großen Gruppe kostenlos zur Verfügung. Eine Gebühr wird nur entrichtet, wenn extra Arbeiten (wie Reinigung oder Lohnstunden der Hausmeister) anfallen.

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Intention des Unternehmens und Bezug zur Gemeinwohl-Ökonomie.

Nachhaltiges Wirtschaften ist unser Anspruch und ein Ziel, dass wir immer weiterverfolgen:

Unser Ursprung liegt in der Ehrenamtlichkeit. Viele Menschen unterschiedlichen Alters und unterschiedlicher Herkunft sind eng mit der SpielScheune verbunden - als GeschichtenerzählerIn, ProgrammmitarbeiterIn, als BetreuerIn besonderer Veranstaltungen oder in unserer Baugruppe. Wir wissen, dass es viele Familien in unserem Stadtteil schwer haben, und haben für ihre Kinder besondere Angebote parat. Große Familien ab vier Kindern erhalten weitere Ermäßigungen. Die SpielScheune unterstützt die Gemeinwohl-Ökonomie, wirtschaftet zunehmend nach deren Grundsätzen und übernimmt damit eine Vorbildfunktion in unserem Stadtteil.

Die SpielScheune ist stark in ihrer Außenwirkung. Über Besuche, Ausstellungen und gemeinsame Projekte wie das Norddeutsche Erzählfest ist sie bestens mit den Schulen unseres Stadtteils vernetzt. Unsere erwachsenen und jungen Gäste tragen die Werte, Informationen und Verhaltensweisen, die sie in der SpielScheune kennen lernen, in den Stadtteil und über den Stadtteil hinaus.

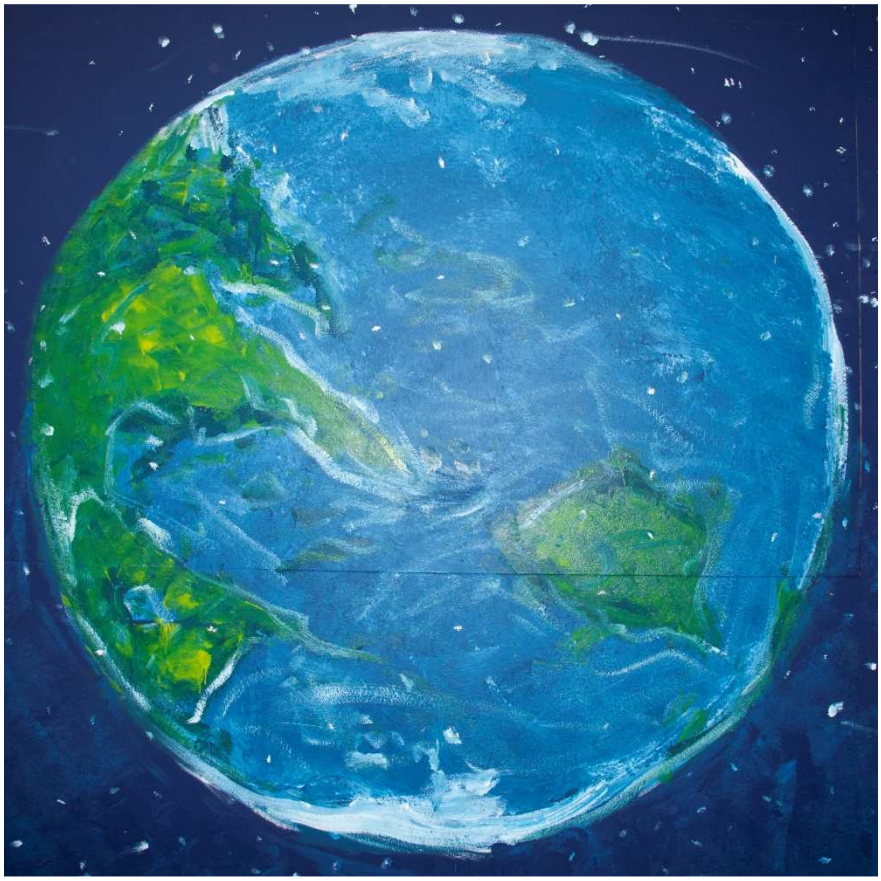
Unsere Veranstaltungspartner, der Stadtteil oder Privatpersonen fragen uns gerne als einzigartigen Veranstalter oder Veranstaltungsort an – wegen unseres besonderen interkulturellen Anspruchs und Flairs gerne auch für Events mit internationaler Beteiligung. Die SpielScheune freut sich über diese Gelegenheiten, Gastgeber, Gesprächspartner und praktisches Beispiel für gelebtes ökologisches, soziales und ökonomisches Nachhaltigkeitsbewusstsein sein zu dürfen.

Ansprechperson für die GWÖ + Kontaktdaten

Annette Ackermann, Geschäftsleitung
Marie-Henning-Weg 1, 21035 Hamburg, Tel. 040 – 32 84 83 58
ackermann@spielscheune.net

Zuordnung zu welchem Energiefeld/Regionalgruppe + Beschreibung des GWÖ-Engagements des Unternehmens

Die SpielScheune der Geschichten gehört zum Energiefeld Hamburg. Seit Gründung dieses Energiefeldes engagiert sich die SpielScheune der Geschichten besonders für die Umsetzung des Gemeinwohls. Zunächst durch direkte Mitwirkung im Sprecherrat, durch die Geschäftsleitung. Wir gehören zu den ersten Unternehmen in Hamburg, die eine Gemeinwohlbilanz erstellt haben. Die Mitarbeiter wurden in allen Phasen mit eingebunden, gewünschte, sinnvolle Veränderungen wurden sofort umgesetzt. Die Mitarbeiter und auch Kunden haben über mehrere Wege die Möglichkeit direkt an den Umsetzungen mitzuwirken. Mit den Kunden wird nahezu alles über soziale Netzwerke kommuniziert, und in den Newslettern Bezug darauf genommen. Die Mitarbeiter haben Zugang zu (fast) allen Dokumenten (nur Personalakten sind aus Datenschutzgründen davon ausgenommen), insbesondere auch die Möglichkeit an allen Sitzungen teilzunehmen. Die Termine werden 4 Wochen vorher öffentlich kommuniziert, so dass wirklich jeder – auch wenn eine Teilnahme nicht möglich ist- seine Wünsche / Anregungen / Meinung anbringen kann.



TESTAT : AUDIT

GEMEINWOHL-BILANZ 2014-15

für Verein für Kinder- und Jugendförderung e.V.

AuditorIn Nils Wittke

GEMEINWOHL ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft

WERT / BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				40 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				20 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung 50 %	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit 20 %	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen 30 %	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens 60 %	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz 50 %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmen	D1: Ethische Kundenbeziehung 30 %	D2: Solidarität mit Mitunternehmen 20 %	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 40 %	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen 70 %	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards 20 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Souveränen, zukünftige Generationen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL 80 %	E2: Beitrag zum Gemeinwesen 30 %	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen 20 %	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung 100 %	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung 30 %
Negativ-Kriterien	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte 0 Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO 0 Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen 0	Feindliche Übernahme 0 Sperrpatente 0 Dumpingpreise 0	Illegitime Umweltbelastungen 0 Verstöße gegen Umweltauflagen 0 Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte) 0	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens 0 Arbeitsplatzabbau oder Standort-verlagerung bei Gewinn 0 Umgehung der Steuerpflicht 0 Unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitenden Gesellschafter 0	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter 0 Verhinderung eines Betriebsrats 0 Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister 0 Exzessive Einkommensspreizung 0

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Matrix 4.1. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf www.gemeinwohl-oekonomie.org

Testat gültig bis 31.07.2018

BILANZSUMME 446

Negativkriterien

Hiermit bestätigen wir, dass wir keines der Negativkriterien erfüllen.

Negativkriterium	**Kann ich bestätigen**	**Kann ich nicht bestätigen**
Keine Verletzung der ILO-Arbeitsrechtenormen/ Menschenrechte	X	
Keine Menschenunwürdige Produkte	X	
Keine Beschaffung bzw. Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen	X	
Keine feindliche Übernahme	X	
Keine Sperrpatente	X	
Keine Dumpingpreise	X	
Illegitime Umweltbelastungen	X	
Verstöße gegen Umweltauflagen (z.B. Grenzwerte)	X	
Keine geplante Obsoleszenz	X	
Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens	X	
Kein Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung trotz Gewinn	X	

Keine Umgehung der Steuerpflicht	X	
Keine unangemessene Verzinsung für nicht mitarbeitende Gesellschafter	X	
Offenlegung alle Beteiligungen und Tochterunter-nehmen	X	
Keine Verhinderung eines Betriebsrates	X	
Offenlegung aller Finanzflüsse an Lobbyisten und Lobby- Organisationen/ Eintragung ins Lobbyregister der EU	X	
Keine Exzessive Einkommensspreizung	X	

A1 Ethisches Beschaffungsmanagement

A 1.1 Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen (Relevanz: hoch)

Ausgabenposten + % der Ausgaben	**Erläuterung und (soziale, ökologische, regionale) Bewertung**
Miete	Wir zahlen weder Pacht noch Miete. Das Haus gehört der Stadt Hamburg, wurde als Hallenneubau 2008 errichtet
Energie/Strom	Da das Haus der Stadt gehört, sind wir verpflichtet die städtischen Versorger zu wählen. Wasser wird von den HWW € 3.396,23 (Kosten 2015 p.a.); Erdgas von EON € 3.171,02 (Kosten 2015 p.a.), 100 % Naturstrom von Vattenfall € 10.187,93 (2015 p.A.). Außerdem haben wir eine Photovoltaikanlage auf dem Dach, zur Selbstnutzung
Computer/ Technik	Keine Green – Standards Geräte
Werbung	Wir machen keine Massenwerbung. Die Werbung erfolgt durch gezielte Verteiler von Flyern an Schulen und Kooperationspartner. Außerdem liegen Programmflyer bei uns im Hause aus. Plakatwerbung erfolgt an einer S-Bahn-Station in einem kleinen Schaukasten (DIN A1), sowie bei ausgewählten Kooperationspartnern. Werbematerial, wie Flyer oder Broschüren werden bei der Umweltdruckerei in Auftrag gegeben. Plakate werden von dem örtlich ansässigen Copy-Shop angefertigt.
Instandhaltung/Reparaturen	Instandhaltungsarbeiten werden, bis auf sehr wenige Ausnahmen, grundsätzlich durch geringfügig Beschäftigte (Hausmeister) oder unsere Ehrenamtlichen ausgeführt. Lediglich Arbeiten an der

	Elektroverteilung oder Wartung von Rauchwarnmeldern oder Feuerlöschern erfolgen durch zugelassene Fachfirmen. Weitere Dienstleistungen werden nicht eingekauft.
Spielgeräte	Die Wartung der Spielgeräte erfolgt durch die Hausmeister. Größere Baumaßnahmen an fest eingebauten Kletter- oder Spielgeräten werden hauptsächlich von unserem Bautrupp (nur Ehrenamt) ausgeführt. Der erforderliche Neukauf von Spielgeräten wird ebenfalls von den ehrenamtlichen Bauleuten organisiert. Dazu gehört die Auswahl der Geräte ebenso wie die Kostenverhandlungen und die Abnahme. In der Regel wird nur das Material eingekauft, und der Aufbau / Montage durch die ehrenamtlichen Baujungs durchgeführt.
Personalkosten	Mit unserem Personal decken wir viele Dienstleistungen ab, die nicht fremd eingekauft werden müssen. Das sind zum einen die Hausmeister mit den Reparaturen, die Reinigung aller Bereiche erfolgt ebenfalls durch unsere Mitarbeiter. Der größte Teil des Einkaufes wird auch durch unsere eigenen Mitarbeiter erledigt.
Büromaterial	Unser Büromaterial kaufen wir, soweit lieferbar, bei dem Onlineversand Memo AG (nachhaltig einkaufen). Nur Waren die dort nicht erhältlich sind, werden woanders zugekauft. Bei allen Waren achten wir auf recycelte Produkte und ökologische Herstellung.

Soweit es geht beziehen wir unsere Produkte bereits von regionalen, ökologischen und sozial operierenden Unternehmen. Dazu gehören GEPA-Produkte, wie viele Süßwaren, alle Heißgetränke 100%, Wasser für die Mitarbeiter nur von Viva con Aqua, und auch im Verkauf bei den 1 Liter Flaschen, Fischstäbchen & Nuggets (Bruck), Backwaren (Resch& Frisch) und die Currywurst (Roland). Des Weiteren geben wir unser Briefpapier bei der Druckerei Zollenspieker in Auftrag und die Mitarbeiter T-Shirts von Stedman (ohne Kinderarbeit). Die Firma Zimmerwerkstatt (befreundeter GWÖ-Betrieb) hat uns einige Möbel und Sitzgelegenheiten angefertigt. Dies Angebot wird ständig erweitert.

A 1.2 Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekauften P/D und Prozesse zur Sicherstellung (Relevanz: mittel)

Wir leben eine aktive, interne Auseinandersetzung mit den Mitarbeitern im Einkauf. Wir befinden uns in einem fortlaufenden Prozess und optimieren unsere Produktpalette soweit es geht. Dienstleitungen werden (fast) nicht hinzugekauft, da wir eigenes Personal für Reinigung, Haustechnik, Presse etc. haben. Lediglich die Steuerberatung (inklusive der Lohnabrechnung erfolgt extern.

A 1.3 Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung (Relevanz: niedrig)

Der Beschaffungsprozess ist bei uns nicht rein preisorientiert. Bonussysteme oder dergleichen finden keine Anwendung. Mit den meisten bestehenden Lieferanten arbeiten wir seit unserer Eröffnung im Oktober 2008 zusammen. Wir behandeln unsere Lieferanten ebenso, wie wir behandelt werden wollen. Ein Wechsel findet nur statt, wenn dieser unvermeidbar ist (hier liegt die Entscheidung nicht im Preissektor, sondern an dem Warenangebot). Z.B. haben wir im Jahr 2015 unseren Lieferanten für Reinigungsmittel gewechselt, weil der neue Lieferant direkt vor Ort ist, alle für uns nötigen Produkte im Angebot hat, und wir diese tatsächlich im Notfall auch persönlich abholen können. Wir werden bei diesem Lieferanten auch sehr gut über ökologische Auswirkungen der Produkte beraten, was für uns einen hohen Stellenwert hat. Wichtig sind uns regionale Lieferanten, möglichst mit persönlichem Kontakt.

In Absprache mit Lieferanten haben wir weitere Produkte für Gäste aufgenommen z.B. Rindercurrywurst (für muslimische Gäste) und Falafel (Veganer). Gästen ist es erlaubt kalte Speisen und Getränke mitzubringen, damit auch Menschen mit geringem Einkommen nicht an diesen Kosten scheitern.

B1 Ethisches Finanzmanagement

B 1.1 Institutionalisierung des ethischen Finanzmanagements (Relevanz: mittel)

Grundsätzlich werden von der SpielScheune der Geschichten keine Fremdmittel von Dritten aufgenommen. Sämtlicher Finanzbedarf wird durch Eigenmittel oder Spenden abgedeckt. Gewinne werden nicht erzielt, bzw. im Betrieb verwendet. Im Jahr 2015 wurde ein Finanzüberschuss an die Mitarbeiter als zusätzliche Gratifikation ausgeschüttet. Bei der Verteilung wurde auf eine einheitliche, gerechte Verteilung geachtet.

B 1.2 Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters (Relevanz: niedrig)

Auflistung der Finanzdienstleister

In % vom Umsatz	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
100 %	Hamburger Sparkasse

Wir haben unser Girokonto bei der Hamburger Sparkasse. Entscheidend hierfür ist die örtliche Nähe, mit der Möglichkeit wochentäglich die Bareinnahmen einzahlen zu können. Die Hamburger Sparkasse gehört zudem zu unseren langjährigen Kooperationspartnern. In der Entstehungsphase wurden Gelder in Höhe von € 50.000 gespendet. In den Räumen der örtlichen Zweigstelle nutzt die SpielScheune der Geschichten eine Wand für

Programmhinweise, und wir haben die Möglichkeit an den Schaltern eine Spendendose aufzustellen.

B 1.3 Gemeinwohlorientierte Veranlagung (Relevanz: hoch)

Unsere Rücklagenbildung (dient der Sicherung der Gehälter und der Erneuerung der Großspielgeräte z.B. Kletterberg und Hüpfkissen, deren Langlebigkeit ca. 3 Jahre beträgt.) - erfolgt ebenfalls bei der Hamburger Sparkasse. Die SpielScheune der Geschichten trägt sich selber durch die Einnahmen, es werden keine Kredite in Anspruch genommen.

B 1.4 Gemeinwohlorientierte Finanzierung (Relevanz: niedrig)

Auflistung Eigen- und Fremdkapital-Anteil

Eigenkapital	100 %-Anteil Gesamtkapital
Fremdkapital	0 %-Anteil Gesamtkapital

Auflistung Aufteilung der Finanzierungsformen/ Fremdkapitals

In % der Finanzierung	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
	keine

Als Zweckbetrieb eines gemeinnützigen Vereins, finanzieren wir uns ausschließlich über die Eintrittsgelder, damit arbeiten wir kostendeckend und nicht gewinnorientiert. Notwendige bauliche Veränderungen und Erweiterung werden aus Spenden, Zuwendungen und ehrenamtlicher Arbeit finanziert. Es werden keine Mittel aus dem Betrieb verwendet.

C1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung

Allgemeines

Die SpielScheune der Geschichten ist ein sehr familiär geführter Betrieb. Viele Mitarbeiter sind seit Beginn (2008) dabei, viele andere schon mehrere Jahre. Es bestehen bei einigen Mitarbeitern verwandtschaftliche Beziehungen, da Positionen zum Teil „vererbt“ (durch gleiche Neigungen und Fähigkeiten), oder der Arbeitsplatz durch positive Erzählungen in Verwandt- und Bekanntschaft empfohlen wurden. Wir haben viele verschiedene Nationalitäten die friedlich miteinander zusammenarbeiten. Auch der Umgang mit einem Großteil unseren Kunden ist sehr familiär, zumal viele von ihnen bereits über die gesamten Jahre zu uns kommen. Andere „neuere“ Kunden schätzen den familiären Umgang, und kommen aus diesem Grund sehr gern zu uns. Uns ist wichtig, dass der Besuch der SpielScheune für alle Menschen niedrigschwellig ist.

Baujungs

Zu unseren ehrenamtlichen Mitarbeitern gehören auch unsere Baujungs, bei welchen es sich vor allem um reifere Herren handelt, die jedes Jahr (im ersten Teil der Hamburger Sommerferien) unsere Halle verschönern. Außerdem lassen sie sich immer etwas Neues einfallen, damit die Kinder sich über neue Attraktionen freuen können. Natürlich arbeiten sie auch den Rest des Jahres immer wieder daran, dass hier im Betrieb alles reibungslos läuft.

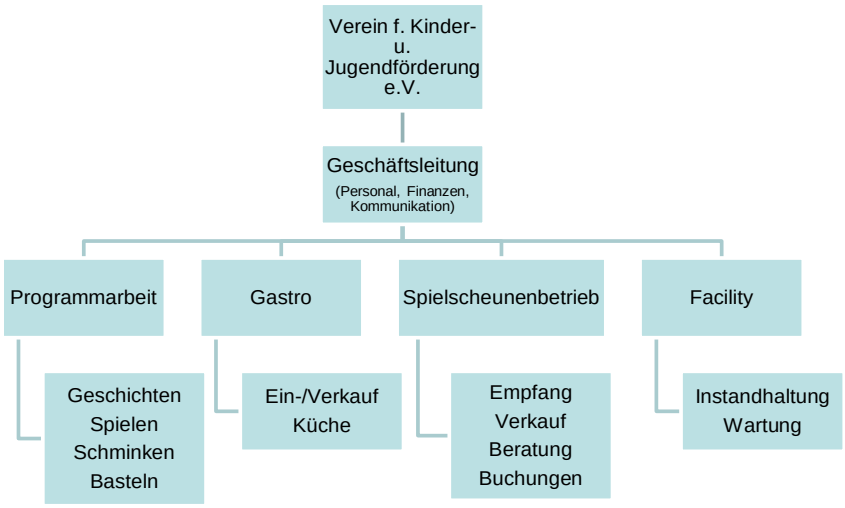
- Beschäftigungsgruppen und Geschlechterverhältnis (w:m)
    1. Festangestellte (6:0),
    2. geringfügig Beschäftigte:
       Servicemitarbeiter (17:0),
       Programmmitarbeiter (8:3),
       Sonstige (2:6)
    3. ehrenamtliche Mitarbeiter (4:6)
- Fehlzeiten -> Urlaub von Festangestellten 30 Tage bei einer 5 Tage Woche
- 6 Festangestellte, 36 geringfügig Beschäftigte, 10 ehrenamtliche Mitarbeiter Frauenquote-> erfüllt, Behinderte-> wir arbeiten mit Agenturen zusammen, die Praktika an Menschen vermitteln, die auf dem ersten Arbeitsmarkt keine Anstellung finden. Eine Praktikantin konnten wir nach erfolgtem Praktikum als geringfügig Beschäftigte einstellen.

C 1.1 Mitarbeiter Orientierte Organisationskultur und - strukturen[1](Relevanz: mittel)

Jährlich durchgeführte Mitarbeitergespräche, persönliche Feedback-Gespräche auf Wunsch, jährlicher Workshop für alle Mitarbeiter zusammen, gezielte Weiterbildung (z.B. Geschichtenerzähler Workshops, EDV-Schulungen), selbstverwirklichende Weiterbildung: nach bekundetem Interesse und Nutzen für das Unternehmen (halbe bzw. komplette Kostenübernahme), offene und direkte Beschwerde bzw. Ideenpolitik von der Geschäftsleitung (Evaluation, Mitteilung einer begründeten Entscheidung, Annahme bzw. Abweisung). Am Jahresanfang treffen sich verschiedene Mitarbeiter, sowie der Vorstand und Mitglieder aus dem Verein für ein Strategiewochenende. An diesem Wochenende wird über das vergangene Jahr, die Gegenwart und die Zukunft der SpielScheune gesprochen. Die Mitwirkenden erarbeiten neue Ideen und Ziele. Das Protokoll davon wird an alle Mitarbeiter und Interessierte übersandt. Jeder Mitarbeiter ist bei diesen Treffen herzlich willkommen.

Wir haben einen Lob- und Tadel-Kasten (mit der Möglichkeit anonym Dinge anzusprechen) und eine Vertrauensmitarbeiterin, welche durch die Mitarbeiter gewählt worden ist.

Organigramm SpielScheune



C 1.2 Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance/ flexible Arbeitszeiten (Relevanz: mittel)

Sehr flexible Arbeitseinteilung auf allen Positionen. Viele unserer Mitarbeiter haben feste Schichten, die aber bei Bedarf problemlos getauscht werden können. Der Arbeitsplatz ist nahezu barrierefrei (exkl. unserer Hochebene) und Rückzugsmöglichkeiten sind gegeben (u.a. für Muslime ein Raum für das Gebet). Mitarbeiter haben die Möglichkeit nach Langzeiterkrankungen einen sanften Einstieg zu bekommen. Die grundsätzliche Verteilung der Schichten erfolgt stets in Absprache mit allen Mitarbeitern, wenn eine Umstrukturierung erforderlich ist. Das ist z.B. dann der Fall, wenn Bedarf an einer Festanstellung besteht, und wir so einem Menschen einen Arbeitsplatz ermöglichen können, der damit auch seinen Lebensunterhalt bestreiten kann (anstelle vieler Schichten durch geringfügig Beschäftigte). Wir fragen zuerst bei den geringfügig Beschäftigten an, ob jemand an einer Festanstellung interessiert ist. Die bestehenden Mitarbeiter haben immer Vorrang vor externen Bewerbungen.

C 1.3 Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik (Relevanz: mittel)
Wir haben ein transparentes, verbindliches Entgeltschema, das gleiche und faire Bezahlung sichert. Festangestellte haben die Möglichkeit in die Pensionskasse einzuzahlen. Transparente Personalplanung: Festangestellte Mitarbeiter planen zusammen mit der Geschäftsleitung den Dienstplan. In 2015 wurde erstmalig die Zahlung einer Sondervergütung, im Verhältnis zum Jahresverdienst geleistet (75 % des jeweils durchschnittlichen Monatseinkommens).

C 1.4 Gleichstellung und Diversität (Relevanz: mittel)
Gezielte und nachdrücklich geförderte Diversität (Geschlecht, Alter, ethische Herkunft, Religion) im Programm. Bei Neueinstellungen werden Minderheiten (wenn vorhanden) bevorzugt. Erläuterungen zu bzw. zelebrieren von multireligiösen Feiertagen. Wir haben verschiedene Nationalitäten, Kulturen und Religionen zum Beispiel: deutsch, türkisch, syrisch, afghanisch, russisch. Unsere Programmmitarbeiter so wie auch unsere Servicekräfte sind multikulturell. Bei den Programmmitarbeitern haben wir den höchsten Anteil von männlichen Mitarbeitern (3 Geschichtenerzähler/ 1 Spieler) in unserem Unternehmen.

C2 GERECHTE VERTEILUNG Der Erwerbsarbeit

C 2.1 Senkung der Normalarbeitszeit (Relevanz hoch)
Festangestellte können im Sommer weniger arbeiten ("Jahresarbeitszeit"). Mehrarbeit wird durch Neueinstellungen kompensiert. Festangestellte arbeiten durchschnittlich 32,5 Std./Woche, geringfügig Beschäftigte durchschnittlich 8,25 Std./Woche. Überstunden sind nicht erwünscht. Sofern Überstunden entstehen, sollen diese schnellstmöglich abgebaut werden.

C 2.2 Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei adäquater Bezahlung) (Relevanz: mittel)
Alle Festangestellten können Teilzeitmodelle in Anspruch nehmen. Eine Zeitarbeit bieten wir nicht an.

C 2.3 Bewusster Umgang mit (Lebens-) Arbeitszeit (Relevanz: mittel)
Festangestellte können grundsätzlich selbst entscheiden. Geringverdiener haben die Möglichkeit die Arbeitszeit zu verkürzen bzw. sich eine persönliche Auszeit zu nehmen, ohne dass der Arbeitsplatz gefährdet ist, dies gilt auch für ehrenamtlich Beschäftigte.

C3 FORDERUNG UND FÖRDERUNG ÖKOLOGISCHEN VERHALTENS DER MITARBEITERINNEN

C 3.1 Ernährung während der Arbeitszeit (Relevanz: hoch)

Kennzahlen/ wichtige Daten

	Teilweise vege-tarisch/vegan	Mehrheitlich veget./vegan	Überwiegend veget./vegan	Bio-Anteil (in%)
Angebote im Unternehmen (% uale Verteilg)	20	30	50	?
Tatsächliches Verhalten der MA (% uale Verteilung)	20	30	50	?

Wir haben keine Betriebsküche, aber alle Mitarbeiter haben ein Nutzungsrecht der Küchenausstattung. Viele Mitarbeiter bringen sich Kleinigkeiten zu Essen mit, „richtig gekocht“ wird an sich nur von den Mitarbeitern die längere Arbeitszeiten haben, und sich so über den Tag verpflegen wollen. Alle Mitarbeiter haben die Möglichkeit, das kostenfreie Angebot von GEPA-Heißgetränken und Wasser (Viva con Aqua) in Anspruch zunehmen. Außerdem wird den Mitarbeitern Obst kostenlos zur Verfügung gestellt.

C 3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz (Relevanz: hoch)

	Gesamt KM für das Unternehmen	Durchschnittlich pro MA
Flugreisen	0	0
Auto/ PKW einzeln	1.000	104
Car-Sharing	0	0
ÖPNV	2.140	223
Fahrrad/ Fuß	2.860	298

Wir haben eine gute Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz. Eine S-Bahn-Station befindet sich in fußläufiger Nähe (etwa 10 Minuten Gehzeit). Ein Linienbus hält fast direkt vor der Tür (ca. 3-5 Minuten Gehzeit). Ausreichend Parkplätze und Fahrradständer sind vorhanden. Ein Dienstfahrrad steht für alle Mitarbeiter zur Verfügung.

C 3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse (Relevanz: mittel)

Alle Festangestellten kommen mit dem Fahrrad bzw. mit dem ÖPNV. Festangestellte, die auf den ÖPNV angewiesen sind, bekommen die HVV-Abokarte von der SpielScheune kostenlos gestellt (zusätzlich zu dem regulären Einkommen). Die Unternehmensinterne Prozesse sind auf Müllvermeidung geprüft und ausgerichtet.

C4 GERECHTE VERTEILUNG DES EINKOMMENS

C 4.1 Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen (Relevanz: hoch)

Das Verhältnis beim Bruttolohn beträgt 1:2 (10 € - 20,88 €). Die Geringverdienenden werden einheitlich mit einem Stundenlohn von 10 € vergütet. Die Geschäftsführung hat einen Brutto-Stundenlohn von € 20,88, was einem Netto-Stundenlohn von € 13,20 entspricht, und einem Verhältnis von 1:1,3.

C 4.2 Transparenz und Institutionalisierung (Relevanz: niedrig)
Transparenz der höchsten und niedrigsten Einkommen. Vollzeitkräfte können von dem gezahlten Einkommen ihren Lebensunterhalt bestreiten.

C 4.3 Mindesteinkommen (Relevanz: mittel)
Dieser Indikator, ist bei den beiden Personen in unserem Unternehmen auf die es zutrifft, erfüllt (wir haben zwei Vollzeitkräfte)

C5 INNERBETRIEBLICHE Demokratie und TRANSPARENZ

C 5.1 Grad der Transparenz (Relevanz: niedrig)
Alle Mitarbeiter können auf Daten zugreifen, hiervon ausgenommen sind Personalakten. Höherrangiges Datenschutzrecht der Einzelperson

C 5.2 Legitimierung der Führungskräfte (Relevanz: mittel)
Entscheidung obliegt zurzeit dem Vereinsvorstand. Der Vorstand wird beraten vom Beirat, welcher zu 80% aus geringfügig Beschäftigten des Unternehmens besteht, so dass ein hohes Mitspracherecht aller Beteiligten vorliegt.

C 5.3 Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen (Relevanz: hoch)
Unsere Leitungsrunden sind öffentlich, die Protokolle werden an alle MitarbeiterInnen versandt. Es gibt eine grundsätzliche Mitbestimmung aller Mitarbeiter. Festangestellte Mitarbeiter bearbeiten übernommene Bereiche monatlich und stellen die Ergebnisse in der Leitungsrunde vor. Es werden eigenständig Verbesserungsvorschläge zu den Bereichen gemacht, so dass ein kontinuierlicher Erfahrungsaustausch stattfindet.

C 5.4 Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen (Relevanz: mittel)
Nicht relevant bei einem Verein. Betrieb fällt bei Auflösung dem Bezirk Hamburg Bergedorf zu.

D1 ETHISCHES VERKAUFEN

Wir versuchen für unsere Kunden das gleiche familiäre Gefühl zu vermitteln, wie es unter den Kollegen gelebt wird. Viele Kunden, so wie auch die Mitarbeiter, kommen aus dem Stadtteil, so dass es häufig vorkommt, dass man sich auch außerhalb der SpielScheune begegnet. Kitas und Schulklassen besuchen uns regelmäßig und nutzen gern unser weit gefächertes Programm. Die beste Werbung für die SpielScheune ist die Mundpropaganda. Viele Eltern die ihr Kind zu einem Geburtstag begleiten oder bringen, buchen dann den Geburtstag ihres Kindes später bei uns.

D 1.1 Gesamtheit der Maßnahmen für eine ethische Kundenbeziehung (ethisches Marketing + Verkauf) (Relevanz: hoch)

Marketing/ Verkaufsmaßnahme	% ualer Anteil am Marketing/ Verkaufsbudget
Schaukasten mit GEPA-Artikeln, aus Kletterberg recycelten Taschen und eigenen Märchenbüchern	

Unser Leitsatz "Frieden wächst in den Herzen unserer Kinder" wird in unserer multikulturellen Begegnungsstätte, durch die Unternehmensstruktur und

Programmentwicklung konsequent umgesetzt. Auf Kundenwünsche wird eingegangen und diese werden weitgehend umgesetzt. Interreligiöse Feiertage werden eingehalten, Traditionen gepflegt. Das Jahr 2015 war geprägt von dem Thema Nachhaltigkeit.

Aufgrund des hohen Anteils muslimischer Besucher sind wir im laufenden Prozess unsere Speisen und deren Zubereitungen räumlich zu trennen und zu kennzeichnen. Auch vegetarische Kost wird getrennt zubereitet.

D 1.2 Umfang der KundInnen-Mitbestimmung/ gemeinsame Produktentwicklung/ Marktforschung (Relevanz: mittel)

Art der Entscheidung	Wer repräsentierte die KundInnengruppe?	Wer hat wie entschieden?
Programmpunkte	Ulla Moser	Integration (Festangestellte, Geschichtenerzähler, Spieler/Schminker)
Gastronomie (Pommes)	Service Mitarbeiter	Aus Mitarbeiterschutz und Nachhaltigkeits-gründen abgelehnt (Mitarbeiter)

Kundenwünsche werden nach (finanzieller) Möglichkeit umgesetzt. Mit größeren Gruppen (ab 10 Personen) wird das Programm mit ihnen gemeinsam entwickelt und gestaltet. Präsentation erfolgt über Homepage und social media, sowie über einen ständigen Aushang an der lokalen S-Bahn-Station. Printmedien (Flyer) liegen hauptsächlich vor Ort aus und werden gezielt über die Schulpost versandt, an Kindertagesstätten nur auf Anfrage.

D 1.3 Produkttransparenz, Fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen (Relevanz: niedrig)

Produkte sind rein kostendeckend, das umfasst Eintrittspreise sowie unser Gastronomie-angebot. Wir arbeiten nicht gewinnorientiert. Eine ethische Auswahl von Kunden trifft nicht zu.

D 1.4 Service-Management (Relevanz: mittel)

Die SpielScheune der Geschichten ist telefonisch und per E-Mail sieben Tage die Woche ganztägig erreichbar. Individuelle Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden werden so weit wie möglich umgesetzt. Kalte Speisen und Getränke dürfen mitgebracht werden. Kundendaten werden nur intern verwendet. Fragebögen für Gäste mit Auswertung und kundenorientierte Leistungen, außerdem werden regelmäßig die Geschichten durch Kinder und Erwachsene evaluiert.

D2 SOLIDARITÄT MIT MITUNTERNEHMEN

D 2.1 Offenlegung von Informationen + Weitergabe von Technologie (Relevanz: mittel)
Eine Weitergabe unseres Programms ist ausdrücklich erwünscht. Auf Anfragen von Interessenten, bezüglich unseres Produkts, nehmen wir uns Zeit für Informationstreffen und Führungen.

D 2.2 Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme (Relevanz: hoch)
Kooperationen mit Schulen und Kitas. Arbeitskräfte und Finanzmittel werden nicht weitergegeben, da wir kostendeckend und ohne Kreditvolumen arbeiten.

D 2.3 Kooperatives Marketing (Relevanz: mittel)
Keine massenmediale Werbung, Präsentation erfolgt über Homepage und social media sowie über einen ständigen Aushang an der lokalen S-Bahn-Station. Printmedien (Flyer) liegen hauptsächlich vor Ort aus und werden gezielt über die Schulpost versandt, an Kindertagesstätten nur auf Anfrage. Flyer bei Kooperationspartnern.

D3 ÖKOLOG. GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

D 3.1 Produkte/ Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen (Relevanz: hoch)
Nachhaltigkeit ist ein Kernbereich unseres Programms, es informiert und regt zum ökologischeren Leben an. Kinder, aber auch Erwachsene erfahren bei uns z.B. was mit weggeworfenen Bonbonpapier passieren kann, wenn es in den Wasserkreislauf gelangt (Beispiel des Plastikmülls in den Meeren). Ebenso gibt es aber auch Programmangebote über Mobilität: wie funktioniert ein Automotor, warum kann man viele Wege besser mit dem Rad oder zu Fuß erledigen. Zum Thema Shopping haben wir den Kindern anhand von Bildern und Geschichten erläutert wie Kinder in den sogenannten Dritte-Welt-Ländern leben. Das sind nur einige Beispiele aus unserer Programmarbeit. Wir entwickeln dies ständig weiter, auch unter Einbeziehung der Kunden (insbesondere den Erziehern aus den zahlreichen Kitas die bei uns zu Besuch sind, aber auch von Lehrern und Eltern).

Ein Teil unseres Gastronomie Angebots ist ökologisch und fair gehandelt. Hierbei bieten wir unseren Kunden sich als Alternative auch immer die Möglichkeitsich für ökologische und faire Produkte zu entscheiden so kostet zum Beispiel ein Trinkpäckchen der Firma GEPA genau so viel wie eine Capri Sonne. Wir haben eine Photovoltaikanlage auf dem Dach. Die Folie der ausgedienten Spielgeräte wird so weit es geht weiterverwendet (für Sitzkissen, recycelte Taschen und Bepolsterung von Möbeln).

D 3.2 Suffizienz (Genügsamkeit): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum (Relevanz: mittel)
Keine Hortung (so viel wie nötig, so wenig wie möglich). Verantwortliche Beratung der Kunden, über ihren Aufenthalt bezüglich ihres Konsums und der von uns angebotenen

Dienstleistung, bei uns.

D 3.3 Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologische Aspekte den KundInnen gegenüber (Relevanz: mittel)
Meinungen von Kunden (Lehrern, Eltern, Kindern) werden regelmäßig eingeholt. Wir bitten die Kunden ihren Abfall wieder mitzunehmen. Das laufende Programm ist an die Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) angelehnt. Dazu gehört z.B. der Wasserkreislauf, Ernährung, Ökologie und erneuerbare Energien.

D4 SOZIALE GESTALTUNG DER PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

D 4.1 Erleichterter Zugang zu Informationen/ Produkten/ Dienstleistungen für benachteiligten KundInnen-Gruppen (Relevanz: hoch)
Gruppen/Monats/Jahres-Karten, Ermäßigungen für Kinder aus dem Stadtteil. Ermäßigung für Kinder von gering Verdienern (nur im Sommer, förderungsabhängig) Flüchtlingskinder bekommen vergünstigten oder freien Eintritt.
Verbesserung in 2016: Familien mit geringem Einkommen (Hartz IV) können in der Zeit von Juni bis August - an den Wochentagen Dienstag bis Freitag- kostenlos spielen. Diese Aktionen wurden schon in den Jahren davor durchgeführt, wurden jedoch ausschließlich durch Fördergelder finanziert. In 2016 trägt die SpielScheune der Geschichten die Kosten selber.

D 4.2 Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt (Relevanz: mittel)
Grundsätzlich behandeln wir alle Kunden gleich. Historisch bedingt gibt es eine Ausnahme. Die SpielScheune der Geschichten wurde 2008 in Hamburgs jüngstem Stadtteil Neuallermöhe errichtet. Hier sind Mitte / Ende der 90-er viele Aussiedler und junge Familien nach Neuallermöhe gezogen, oft mit geringerem Einkommen. Zudem mussten alle Menschen, die sich hier im Stadtteil Wohneigentum angeschafft haben, einen Betrag von zunächst DM 1.000,00, später € 500,00, in einen Fond einzahlen. Aus diesem Fond wurden Gemeinschaftseinrichtungen im Stadtteil errichtet. Nach Fertigstellung aller Einrichtungen wurde dieser Fond aufgelöst, indem eine Einrichtung aus dem Stadtteil, mit einem guten Konzept für die Mittelverwendung, diese bekommt. Der Verein für Kinder- und Jugendförderung in Neuallermöhe e.V. hat sich mit dem Projekt „SpielScheune der Geschichten“ beworben, und die Mittel bewilligt bekommen. Nur so war die Realisierung möglich. Wir geben daher allen Bewohnern aus unserem Stadtteil die Möglichkeit vergünstigt die SpielScheune besuchen zu kommen. Dieses Angebot bezieht sich nur auf Menschen die hier im Stadtteil wohnen, da die finanziellen Mittel auch aus diesem Stadtteil kommen.

Weitere Rabatte an Besucher erfolgen nicht, da wir grundsätzlich kostendeckend und nicht gewinnorientiert arbeiten. Weitergehende Ermäßigungen sind daher finanziell nicht machbar.

Die SpielScheune der Geschichten setzt sich für benachteiligte Bevölkerungsgruppen ein. Zum Beispiel an unserem Flüchtlingsprojekt. Für die kostenlosen Besuche vieler

Erstaufnahmeeinrichtungen in Hamburg, haben wir nicht nur Stiftungen um finanzielle Unterstützung gebeten, sondern auch in den sozialen Medien unsere Gäste um Hilfe gebeten. Einige haben einen kleinen Geldbetrag gespendet, oder versorgen die Flüchtlingsgruppen während ihres Aufenthaltes mit Kuchen, Süßigkeiten oder Obst. Wir finden es ganz großartig zu sehen, wie auch unsere Kunden und Mitarbeiter für einander da sind, und gern helfen und unterstützen.

D5 ERHÖHUNG DES SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BRANCHENSTANDARDS

D 5.1 Kooperation mit MitbewerberInnen und Partnern der Wertschöpfungskette (Relevanz: hoch)

Kooperationen mit Mitbewerben haben wir keine, da es keine vergleichbaren Einrichtungen wie die SpielScheune der Geschichten gibt. Natürlich gib es in Hamburg und der Umgebung andere Indoor-Spielplätze, jedoch sind wir die einzigen mit einem Programmangebot von Geschichten, Märchen und Spielen aus verschieden Kulturen und Religionen. Mehrfach haben wir dennoch angestrebt mit den anderen Einrichtungen in Kontakt zu treten. Leider war dieses nicht möglich, oder auch nicht gewünscht. Seit ein paar Monaten begleiten wir eine junge Frau aus Rheinbach in Nordrhein-Westfalen, die eine kleine Indoor-Spieleinrichtung gründen möchte. Soweit es über die Entfernung möglich ist, stehen wir ihr mit Rat und Empfehlungen aus unserer Erfahrung zur Verfügung.

Langjährige Kooperationen haben wir mit verschiedenen Lieferanten. In Zusammenarbeit mit den einzelnen Firmen optimieren wir laufend unser Angebot der Speisen, Getränke und auch das Büromaterial. Mit nahezu allen Lieferanten arbeiten wir von Beginn an zusammen. Ökologische und soziale Komponenten haben Vorrang vor der wirtschaftlichen Komponente (Preis). Büromaterial wird, soweit angeboten, bei Memo AG (Öko-Büroartikel) bestellt, Druckvorlagen bei der Umweltdruckerei.

D 5.2 Aktive Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards (Relevanz: mittel)

Der aktive Beitrag wird nicht nur durch die Geschäftsleitung, Annette Ackermann, mit hohem Engagement verbreitet. Sofern zeitlich möglich nimmt sie an öffentlichen Veranstaltungen zu diesem Thema teil, und berichtet über die vielen positiven Erfahrungen mit der GWÖ. Auch andere Mitarbeiter haben sich von dem Gemeinwohlgedanken anstecken lassen, und tragen diesen in die regionale Welt hinaus. Oft entsteht dies auch in den Gesprächen mit unseren Kunden, oder Lieferanten.
Auf der Homepage der SpielScheune der Geschichten verlinkt das Logo der GWÖ zur Hamburger Homepage des Unternehmens.

D 5.3 Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe (Relevanz: hoch)

Wir versuchen den Kindern in unserem Programm verschiedene Werte zu vermitteln so wie: Freundlichkeit, Nachhaltigkeit, ein friedliches Miteinander, Gemeinschaft und Freundschaft, ganz so wie es in unserem Leitsatz „Frieden wächst in den Herzen unserer Kinder“ heißt. Viele Schulen buchen bei ihrem Besuch eine Freundschaftsgeschichte oder ein Vertrauensspiel dazu, wir haben viele Möglichkeiten mit den Kindern zu „arbeiten“ und

sie auf ein freundliches faires Miteinander einzustimmen.
Die Reichweite ist jedoch noch nicht so weit ausgebaut, da viele der Eltern die zu uns kommen, sich nicht zwingend weiter über die SpielScheune und deren Hintergrund informieren, sondern sie wollen den Geburtstag ihres Kindes feiern oder einfach einen schönen Tag hier verbringen. Unsere Arbeit spricht sich langsam im Kunden- und Lieferantenstamm herum, und wir werden inzwischen häufiger von Gästen besucht die genau auf diese Werte ein besonderes Augenmerk legen. In 2015 hatten wir durchschnittlich 230 Besuchern / Tag und gut 70.000 Besuchern über das Jahr, Tendenz steigend. All diese Menschen wollen wir täglich mit unserem Programm und unserem Angebot nachhaltig überzeugen. Zudem werden laufend neue Programme erarbeitet, in die auch Erwachsene mit einbezogen werden können und sollen.

E1 Sinn und GESELLSCHAFTLICHE WIRKUNG DER PRODUKTE / DIENSTLEISTUNGEN

E 1.1 Produkte/ Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder diesen der Entwicklung der Menschen/ der Gemeinschaft/ der Erde und generieren positiven Nutzen (Relevanz: hoch)

Die 9 Grundbedürfnisse sind in den Unternehmenszielen verankert und werden größtenteils laufend gedeckt. Werte werden durch Thementage (z.B. Mobilität, Ernährung, Ländertage, Naturvölker, Feiertage der Religionen) vermittelt.
Mit dem Geschichtenerzählen spricht die SpielScheune alle Altersgruppen an, besonders Kinder im Vor- und Grundschulalter. Das Erzählen und Hören regt dazu an, einander zuzuhören und miteinander über das Gehörte zu sprechen.
So werden gleichermaßen Konzentrationsfähigkeit und Phantasie, sozialer Umgang, Wortschatz und Ausdrucksfähigkeit gefördert.
Gleichzeitig wird die Kommunikation mit Gleichaltrigen, aber auch in der Familie und zwischen den Generationen gestärkt.
Jede Woche findet das Programm „Spiele in der Luft“ statt. Ursprünglich war dies ausschließlich für Gäste mit körperlichen Einschränkungen gedacht. Inklusion ist für uns selbstverständlich! Die SpielScheune der Geschichten freut sich über Besucher, auch wenn diese besondere Unterstützung benötigen. Wir haben ein paar Besonderheiten eingebaut, mit denen auch Menschen mit Beeinträchtigungen tolle Bewegungserfahrungen machen – beim Schaukeln, Klettern oder mit dem Rollilift unter der Hallendecke. Diese Angebote sind betreut und werden einmal wöchentlich angeboten. Auch Gäste ohne besonderen Assistenzbedarf sind davon begeistert! Das dabei kleine und große Gäste mit ganz unterschiedlichen Fähigkeiten, Vorlieben und Möglichkeiten gemeinsam spielen und Spaß haben, ist ein sehr willkommener Effekt. Hier begegnen sich Menschen, die sonst nicht so viele Berührungspunkte haben. Ganz freiwillig und dennoch beinahe zwangsläufig.

Das Projekt SpielScheune der Geschichten wurde mehrfach ausgezeichnet. Unter anderem vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und dem Hamburger Senat. Mit Ehrungen allein kann man kein Projekt dieser Art realisieren. Viele Hamburger Bürger, die Bauträger des Stadtteils und viele Unternehmen förderten den Bau der SpielScheune mit Geld- und Sachspenden. Zahlreiche Mitmenschen halfen und helfen tatkräftig bei Bau und Ausbau. Diese ehrenamtliche Arbeit war und ist zugleich ein wichtiger Beitrag zur interkulturellen Gemeinschaftsbildung im Stadtteil und zur Identifizierung mit unserem Projekt. Ehrenamtliches Engagement ist auch für die weitere Entwicklung der SpielScheune unverzichtbar. Darum haben sich Menschen aus unterschiedlichen Lebensbereichen lose zu einem Freundeskreis zusammengeschlossen, um gemeinsam mit ihren mannigfaltigen Möglichkeiten die SpielScheune der Geschichten auch künftig zu unterstützen („social lobbying“).

E 1.2 Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen (Relevanz mittel oder hoch)

Vergleichen können wir nur unsere Dienstleistungen (Programmarbeit und Service). Anstelle eines reinen Spielbetriebes für Kinder legen wir großen Wert auf unsere Programmarbeit und unser Angebot im Service. Für uns steht der Mensch und seine Umwelt im Mittelpunkt. Alles was wir tun orientiert sich an unserem Leitsatz („Frieden wächst in den Herzen unserer Kinder"), und nicht an kommerziellen Gesichtspunkten. Die Wirkung nach außen ist noch nicht so hoch, da unser Einzugsgebiet begrenzt ist. Unsere Programmarbeit, und auch unsere Funktion im Service zeigen erste Wirkungen in die Gesellschaft.

E2 BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

E 2.1 Leistungen (Relevanz: hoch)

Die SpielScheune leistet kaum ehrenamtliche Arbeit die betriebsfremd eingesetzt wird. Die SpielScheune zeigt ein großes Engagement für die GWÖ, verschenkt an Vereine, und zum Teil auch anderen Einrichtungen, Freikarten für eine Tombola o.ä. Kindergärten und Schulen haben die Möglichkeit über verschiedene Monatskarte einen stark ermäßigten Eintritt zu erhalten.

Benachteiligte Menschen (mit geringem Einkommen „Hartz IV" oder aus Flüchtlingseinrichtungen) haben die Möglichkeit komplett kostenlos die SpielScheune zu besuchen. Die Kosten für dieses Programm werden aus eigenen Mitteln und zu einem kleinen Teil aus Spendengeldern finanziert. Wir sind uns der sozialen Verantwortung bewusst, und wollen einen möglichst hohen Anteil zur Integration von Menschen beitragen. Dazu gehört, dass die sogenannten benachteiligten Bevölkerungsgruppen, mit allen anderen Besuchern gemeinsam an unserem Programm teilnehmen können.

Norddeutsches Erzählfest
Zweimal im Jahr treffen sich Kinder aus aller Welt in der SpielScheune der Geschichten zum Norddeutschen Erzählfest. Unter unserem Leitsatz „Frieden wächst in den Herzen unsere Kinder" erarbeiten die teilnehmenden Grundschüler Beiträge zum Thema Freundschaft, die sie dann auf einer Bühne präsentieren. In der Pause sowie danach können alle Schüler in der Halle spielen. Dieses Angebot bietet sich auch für Schulen aus sozial schwachen Gebieten an, da wir an diesem Tag kein Eintrittsgeld erheben. Wenn möglich bekommen die Kinder zudem noch ein kleines Dankeschön für ihre Teilnahme (in der Vergangenheit ein T-Shirt, oder eine Freikarte für den nächsten SpielScheune-Besuch). Ob wir ein Dankeschön an die Kinder geben können, hängt immer ein bisschen von der finanziellen Unterstützung des Freundeskreises ab, der das Norddeutsche Erzählfest ins Leben gerufen hat.

E 2.2 Wirkungen (Relevanz: hoch)

Die Wirkung der GWÖ zeigt sich nur langsam, aber kontinuierlich. Die Mitarbeiter der SpielScheune sind alle in die Aktivitäten der GWÖ einbezogen worden. Es ist jedoch recht schwierig das mit unseren Kunden zu kommunizieren, da viele Eltern, wenn sie hier sind,

mit ihren Kindern Spielen, Geburtstag feiern oder sich auch gerne einfach mit Freunden treffen. Einige Eltern legen in erster Linie nicht unbedingt Wert auf unser Programm, oder die Inhalte. Sie wollen mit den Kindern eine entspannte Zeit verbringen, ohne viel Input. Die Gäste die Wert auf Informationen legen, bekommen diese selbstverständlich, was dann auch von diesen weitergetragen wird.

E 2.3 Intensität (Relevanz: niedrig)

Der Freundeskreis der SpielScheune (Menschen aus der lokalen Politik und Wirtschaft) hat eine beratende, ehrenamtliche Funktion. Der Freundeskreis engagiert sich über die regulären Treffen hinaus, und unterstützt uns bei der Förderung der Besuche von Flüchtlingsfamilien, das Anschreiben von Stiftungen für Fördergelder, und auch bei der Erweiterung unseres Angebotes (jährlich stattfindende ehrenamtliche Bautage). Es gibt keine Stabstell, die Koordination erfolgt durch die Geschäftsleitung.

E3 REDUKTION ÖKOLOGISCHER AUSWIRKUNGEN

E 3.1 Absolute Auswirkungen (Relevanz mittel)

Aspekt	Gesamt	Pro MA	Vergl. Branche
Strom/ Energieverbrauch in KWh in 2015	77,72 kwh / Tag	8,64 kwh / Tag	?
CO 2 Ausstoß aufgrund von Heizung/ Wärme/ Sonstiges in 2014/2015	56.548 kwh/ p.a. 154,93 kwh / Tag	6.283 kwh p.a 17,22khw/Tag	?
CO 2 Ausstoß aufgrund von Transport	entfällt		
Wasserverbrauch in L/Tag od. Monat in 2015	1,894 m³ / Tag	0,21 m³/Tag	
Müll unterteilt in Schadstoffklassen in t in 2015	57,2 t Restmüll 12,48 t Papier 12,48 t Wert		
Weitere Emissionen in entsprechender Maßeinheit			

Die genauen Emissionswerte sind uns nicht bekannt. Wir befinden uns nicht in der Lage den Energieanbieter zu wechseln, weil wir nicht Eigentümer sind. Unseren Strom (100 % Naturstrom) beziehen wir über Vattenfall. Erste Maßnahmen sind bereits erfolgt (Umrüstung auf LED, recyclebares Papier, Abschaffung eines umweltschädlichen Laserdruckers). Im Rahmen unserer Möglichkeiten erfolgt eine sukzessive Umsetzung. Wir sind uns der ökologischen Auswirkungen sehr bewusst, und vermeiden in allen Bereichen einen unnötig hohen Verbrauch. Wie schon erwähnt weisen wir auch unsere Gäste darauf hin, und erzielen damit sehr gute Erfolgen (insbesondere in der Müllvermeidung).

E 3.2 Relative Auswirkungen (Relevanz: hoch)

Wir sind im Branchenvergleich fortgeschritten. Maßnahmen u.a.: Mehrweg-Geschirr wird den Gästen kostenlos gestellt, so dass die bei Kindergeburtstagen üblichen Pappgeschirrausstattungen zu 99 % vermieden werden (es gibt Gäste die bringen diese mit, müssen dann das schmutzige Geschirr aber auch wieder mitnehmen; Kunden sollen ihren Müll wieder mitnehmen - Müllvermeidung). Wir verwenden keine Fritteusen, schonen so die Umwelt (keine Entsorgung von verbrauchtem Fett). Sämtliche Speisen werden in Pizzaöfen hergestellt. Wir nutzen energiesparende Großgeräte. Eine hauseigene Photovoltaikanlage erzeugt Strom zur eigenen Stromverwendung. Die Anlage selber wurde uns aus Mitteln des Bezirks und einer Bergedorfer Stiftung kostenlos zur Verfügung gestellt.

E 3.3 Management und Strategie (Relevanz: hoch)

Erste Maßnahmen sind bereits erfolgt und werden kontinuierlich weiter umgesetzt. Die Leuchten werden kontinuierlich auf LED umgerüstet. Wir verwenden ausschließlich recyclebares Papier. Unsere für Gäste zugänglichen WC-Anlagen haben wir ausschließlich mit Händetrockner (zertifiziert mit dem blauen Umweltengel) zur

Vermeidung des Handtuchpapiers ausgestattet. Damit haben wir darauf reagiert, dass die Kinder das Handtuchpapier in großen Mengen im Raum verteilt haben, und so für ein hohes Müll- und Reinigungsaufkommen gesorgt haben. Der laufende Betrieb wird ständig nach weiteren Energieeinsparungsmöglichkeiten durch alle Mitarbeiter beobachtet. Viele sehr gute Anregungen kommen aus dem Mitarbeiterkreis, und werden bei ökologischem Nutzen schnellstmöglich umgesetzt.

E4 Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung

E 4.1 Außenausschüttung (Relevanz: hoch)

Wir erzielen keine Gewinne, da wir lediglich kostendeckend arbeiten. Eine Außenausschüttung findet nicht statt, da wir keine Teilhaber oder Gesellschafter haben.

E 4.2 Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung

Bei erfolgreichen Jahren, wie in 2015, haben wir einen kleinen Überschuss erwirtschaftet. Dieser wurde als Sonderzahlung an alle Mitarbeiter zu gleichen Teilen (gemessen am jeweiligen Jahresverdienst) ausgeschüttet. Unsere „Überschüsse“ werden stets für die Erweiterung des Programmangebotes, oder notwendige Rücklagen verwendet.

E5 GESELLSCHAFTL. TRANSPARENZ UND MITBESTIMMUNG

E 5.1 Transparenz

Wir halten sehr viel von Transparenz innerhalb der Unternehmens, zu einem großen Teil aber auch nach außen. Über allem steht für uns der Datenschutz. Relevante Daten (in unserem Fall sind das nur die Personalakten) sind nicht transparent, und damit auch nicht für alle Mitarbeiter zugänglich. Alle anderen Daten sind für die Mitarbeiter frei zugänglich, oder werden auf Wunsch zur Verfügung gestellt. Sämtliche Protokolle der leitenden und festangestellten Mitarbeiter sind ebenfalls frei zugänglich, bzw. werden an alle Mitarbeiter versandt.

E 5.2 Mitbestimmung

Festangestellte Mitarbeiter treffen sich regelmäßig in einer großen runde und tauschen sich über aktuelle Themen aus. Mitarbeiter haben jederzeit die Möglichkeit sich an die Geschäftsleitung mit Wünschen und Verbesserung Vorschlägen zu wenden. Alle endgültigen Entscheidungen obliegen dem Vorstand. Die Meinungen und Wünsche der Mitarbeiter werden sehr hoch bewertet, und i.d.R. auch zu 100 % berücksichtigt. Zudem finden jährlich Mitarbeiterschulungen statt, welche aktiv von allen Mitarbeiter mitgestaltet werden. So werden die Unternehmensziele jedes Jahr kommuniziert, und neu betrachtet. Wie bereits erwähnt treffen sich viele Mitarbeiter und auch Ehrenamtlich zu Beginn des Jahres zu den sogenannten Strategietagen (jeweils Freitagnachmittag – Sonntagmittag). Hier gibt es Raum und Zeit für neue Entwicklungen. Teilnehmen kann jeder interessierte Mitarbeiter. Das abendliche Vergnügen kommt natürlich nie zur kurz. Die Kosten für das Wochenende trägt die SpielScheune.

E 5.3 Art der Mitbestimmung und Dokumentation

Ein aktiver Dialog mit relevanten Entscheidungsträgern findet statt. Dazu gehört auch eine regelmäßige Befragung der Gäste zu der Aufenthaltsqualität, dem Programmangebot, des Speise- und Getränkeangebots. In 2014/2015 bemängelten sehr viele Kunden einen tatsächlich vorhandenen hohen Geräuschpegel (durch die spielenden Kinder in der Halle). Dies betraf auch die Mitarbeiter. Im Sommer 2015 haben wir z.B. erste große Schallschutzmaßnahmen im Spielbereich und Servicebereich durchgeführt.

E 5.4 Umfang der Mitbestimmung und einbezogener Berührungsgruppen

Zurzeit arbeiten wir da dran das Kunden die die Spielscheune besuchen, das Programm und einzelne Geschichten mitbestimmen können. Einen aktiven Austausch haben wir mit Kitagruppen und Schulklassen diese können das Programm nach ihren Bedürfnissen und Wünschen weitestgehend mitgestalten.

Ausblick

Alle Mitarbeiter werden in die Prozesse einbezogen, und haben umfassendes Mitspracherecht in allen Bereichen. Das Gastronomieangebot wird fortlaufend evaluiert, und nach finanziellen Möglichkeiten auf nachhaltige Produkte umgestellt. Materialbestellungen, wie Plakate und Flyer, werden klimaschonend hergestellt.

Kurzfristige Ziele

Geflüchteten Menschen und Menschen mit geringem Einkommen (Hartz IV) einen kostenlosen und unbeschwerten Aufenthalt in der SpielScheune zu ermöglichen. Hierfür werden Spendenmittel akquiriert, bzw. aus eigenen Mitteln bestritten. Wir möchten dazu beitragen, dass die Wunden heilen können und möglichst schnell Vertrauen wachsen kann. Und das können wir in der SpielScheune der Geschichten am besten mit Lachen, Spielen, Erzählen und Zuhören – ganz im Auftrag unseres Mottos „Frieden wächst in den Herzen unserer Kinder“.

Langfristige Ziele

- *Wir bieten globale Themen aus Kultur und Religion für Schulkinder*
- *Wir fördern Nachwuchs für unsere Arbeit*
- *Wir bieten jedes Jahr ein neues Spielangebot an*
- *Wir kooperieren*

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht von Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert?
Name + Position/ Verbindung zum Unternehmen

Marlene Schumann/ Programmleitungsassistenz
Iris Flögel/ Servicekraft
Geert Brumm / Hausmeister
Annette Ackermann, Geschäftsleitung

Auditoren Nils Wittke und Anne Berg

Über welchen Zeitraum wurde beides erstellt?

Okt. 2015 – Mai 2016

Wie viele Frau/Mann-Arbeitsstunden wurden dafür verwendet?

2 Personen mit insgesamt je 10 Arbeitsstunden
1 Person mit insgesamt 13 Arbeitsstunden
1 Person mit insgesamt 10 Arbeitsstunden

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Mit der Erstellung der Bilanz war es uns wichtig verschiedene Sichtweisen darzustellen. Teilgenommen haben:

- *Die Assistentin der Programmleitung (Marlene Schumann, eine Servicekraft (Iris Flögel), und der Hausmeister (Geert Brumm). Annette Ackermann (Geschäftsleitung) hat die letzten Informationen eingefügt.*

Alle Teilnehmer haben sich ausführlich mit den Thematiken beschäftigt und rege ausgetauscht. Die Besprechungen fanden an vier Terminen statt. Vor allem hat es allen riesigen Spaß gebracht, und jedem eine neue Sichtweise auf vielerlei Dinge verschafft.

Danke liebe GWÖ!

Datum: 02.06.2016