

GEMEINWOHLBERICHT 2019/20 **mondo buchhandlung**

Informationen zum Unternehmen

Firmenname: mondo buchhandlung

Rechtsform: Personengesellschaft

Eigentums-und Rechtsform: GbR

Website: www.mondo-bielefeld.de

Branche: Einzelhandel für Bücher

Firmensitz: Bielefeld

Gesamtanzahl der hauptamtlichen Mitarbeitenden: 2 (Inhaberinnen)

Honorarkräfte mit Minijobs: 2

Umsatz 2020: 194.976 Euro

Jahresüberschuss 2020: 41.058 Euro Euro

Berichtszeitraum: 2019-2020

Kurzpräsentation des Unternehmens

Die mondo buchhandlung ist ein Ort für das „gute“ Buch. Unser Schwerpunkt liegt auf ausgewählter Literatur, die sich entweder gestalterisch/handwerklich oder inhaltlich auszeichnet. Wir sind Partner*innenbuchhandlung der Büchergilde Gutenberg (genossenschaftliche Buchgemeinschaft). Unser Sortiment umfasst zeitgenössische Romane, Kinderbücher, Lyrik, Kochbücher und Graphic Novels. Außerdem Sachbücher zu den Themen Gender/Queer/Menschen, Gesellschaft, Kritik und Visionen, Sexualität, Ökologie und Philosophie. Ergänzt wird das Sortiment durch einen antiquarischen Buchbereich. Die Büchergilde umfasst rund 29% des Sortiments, 39% ist Belletristik, weitere 28 % sind Sachbücher und knapp 4% Non-Book-Artikel.

Gegründet wurde die Buchhandlung 2010 von dem Verein Ca Ira, als Treffpunkt für politische Gruppen und Vernetzung von Menschen der Stadt. Diesen Geist führen die beiden neuen Inhaberinnen (seit 2016 als GbR organisiert) weiter. Veranstaltungen, wie Lesungen und Diskussionen, sowie zwei Lesekreise gehören zum festen Konzept der Buchhandlung. Mondo ist nicht nur Verkaufsfläche, sondern ein Ort wo sich Menschen treffen und austauschen dürfen. Es wird großen Wert auf Diversität (gendergerechte Sprache in allen Publikationen, diverse Autor*innen im Sortiment) gelegt. 2020 und 2021 haben wir den deutschen Buchhandlungspreis erhalten, der an Buchhandlungen vergeben wird, die sich in besonderem Maße an dem

kulturpolitischen Leben der Stadt beteiligen.

mondo und das Gemeinwohl

Seit Dezember 2018 besteht eine enge Verbindung zur GWÖ-Regionalgruppe Bielefeld. Anna Wallitzer, Mitinhaberin der Buchhandlung, besucht seitdem monatlich das Plenum und ist in zwei Arbeitskreisen aktiv. Seitdem wurden zwei Einführungsvorträge und zwei Infoabende für Unternehmen in der Buchhandlung angeboten. Außerdem gab es einen kleinen Lesekreis zur „Inneren Stimme“ von Christian Felber. Im Newsletter der Buchhandlung wird regelmäßig über die GWÖ berichtet, unter anderem über den aktuellen Stand der Bilanz.

Die mondo buchhandlung wird wertorientiert geführt: Freude an der Arbeit, politische Beteiligung und Gemeinschaft sind uns wichtiger als finanzielle Gewinne. Ein Wachstum ist in sofern angestrebt, dass es wichtig ist, die Buchhandlung auf sichere Füße zu stellen, so dass sich die Inhaberinnen und alle zukünftig angestellten Menschen, würdig entlohnt sehen. Angestrebt ist ein Stundenlohn von 20 Euro, zurzeit liegt dieser nur bei knapp 10 Euro für die Eigentümerinnen.



Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl- Bilanz	mondo buchhandlung
---------	---------------------------	-------------------------------	---------------------------

**M5.0
Vollbilanz**

2019-2020

Auditor*In:
Nils Wittke

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 10 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 30 %	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: 40 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 70 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 10 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 30 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 20 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 40 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 60 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 60 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 80 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 40 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 60 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 40 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 50 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 20 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 10 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 10 %

Testat gültig bis:
30.11.2024

**BILANZSUMME:
348**

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
TestatID: **hzax3**
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

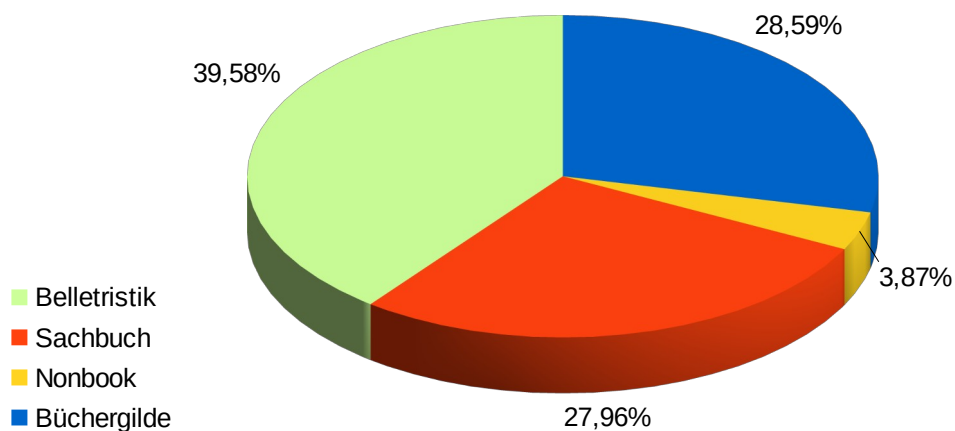
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen

Unser Sortiment besteht zu über 96 % aus Büchern, knapp 4 % sind non-books wie Postkarten, CDs, Filme und Spiele. Damit liegen wir deutlich unter dem deutschen Durchschnitt (87/13% laut Buchhandel in Zahlen 2020).

Sortimentsanteile (nach Warenwert in Euro, ohne Antiquariat)

Gesamtwert ohne MwSt: 47.873,25 Euro

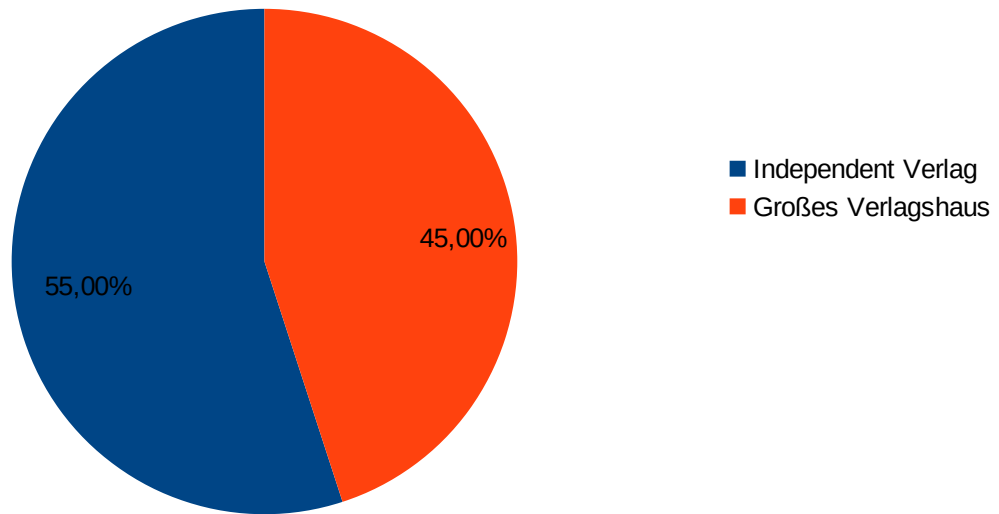


Stand der Inventur Dezember 2020. Es wurden 2678 Bücher registriert. Antiquarische Bücher werden bei der Inventur nicht erfasst. Sie sind Kommissionsware.

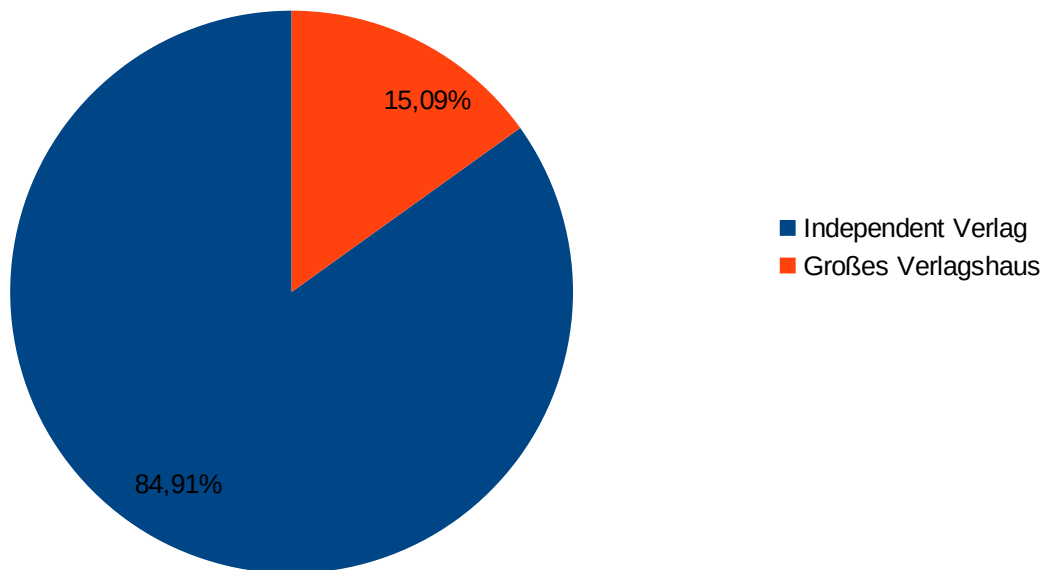
Unser Sortiment konzentriert sich auf Indie-Verlage, die in der Regel in Deutschland produzieren und keinem Konzern oder Gruppe (Random House, Bertelsmann etc.) angehören. Den Sektor Buchhandel und Verlagswesen sehen wir durchaus kritisch, da durch den kapitalistischen Marktdruck nicht mehr das erzeugt wird, was Menschen benötigen, sondern ein Überfluss an Waren, gepusht durch Marketingkampagnen. Durch gezielte Auswahl von Titeln und Verlagen, sowie Non-books aus der Region oder deutscher Herstellung, wenig Retouren durch längere Lagerzeit (über 6 Monate) der Bücher im Laden und einen thematischen Sachbuchbereich, der sich mit gesellschaftskritischen Themen beschäftigt, möchten wir entgegenwirken.

Empfehlungstisch Belletristik

Anteile nach Buchmenge (99 zu 81 Büchern)



Anteile nach Verlagen (45 kleine zu 8 großen Verlagen)



Die Graphiken zeigen unseren größten Empfehlungstisch zum Stand der Inventur (12/2020). 45 Verlage aus der freien Szene stehen 8 großen Verlagshäusern gegenüber. Aufgrund der hohen Nachfrage nach Spitzentiteln von Diogenes und Suhrkamp halten wir hier mehr Exemplare bereit, was in der ersten Graphik zu erkennen ist.

Mit Engagement vertreten wir die Büchergilde Gutenberg aus Frankfurt, die als Genossenschaft organisiert ist und schon 1924 aus der Gewerkschaftsbewegung entstanden ist. Der Verlag beschäftigt sich mit gesellschaftlicher Transformation. Es gibt Kooperationen mit Greenpeace Energy (Büchergilde Mitglieder erhalten einen Buchgutschein, wenn sie zu Greenpeace Energy wechseln) und dem Erden Project (globale Aufforstung), zudem eine Stiftung zur Leseförderung und viele Produkte aus Werkstätten, die mit behinderten Menschen arbeiten. Schutzumschläge ohne Kaschierfolie, Bucheinbände aus Restposten, kurze Transportwege, transparente Wertschöpfungsketten und Energie aus erneuerbaren Ressourcen sind wichtige Signallichter, die die Büchergilde in die Buchbranche sendet. Rund 1/4 unseres

Buchbestandes ist von der Büchergilde.

Barsortiment KNV Zeitfracht

Als Buchhandlung ist es derzeit nicht möglich am Markt zu bestehen, ohne über ein Barsortiment zu verfügen. Das heißt, die Bücher sind innerhalb von 24 Stunden im Laden, da sie nicht vom Verlag, sondern aus einem Logistikcenter geliefert werden. Ein Service, der von den Kund*innen mittlerweile erwartet wird. Ökologisch sind die Lieferwege dadurch optimiert und durch wiederverwendbare Lieferkisten auch ressourcenschonender als Einzelbestellungen. Wir sind an KNV Zeitfracht aus Erfurt angeschlossen und von diesen abhängig, wenn wir den „Buch über Nacht“-Service anbieten wollen. KNV ist zwar ein mittelständisches und inhaber*innengeführtes Familienunternehmen, hat sich aber in den letzten Jahren zu einer Unternehmensgruppe entwickelt, die auch ökologisch problematische Produkte und Dienstleistungen aus Marine, Luftfahrt, Gebäudetechnik und Consulting anbietet. Zur Unternehmensgeschichte:

Koch, Neff und Volkmar musste im Februar 2019 Insolvenz anmelden und wurde dadurch von der Unternehmensgruppe Zeitfracht übernommen. Sehr positiv aufgefallen ist uns, dass alle Arbeitsplätze und Verträge übernommen wurden. Das hat die Mitarbeitenden sehr gefreut und wurde uns im persönlichen Kontakt mehrfach bestätigt. Auf den uns bekannten Positionen (Kundenservice, Ladenbetreuung) gibt es seit Jahren keine Fluktuation, was auf eine beständige Zusammenarbeit und gute Mitarbeitendenpflege schließen lässt. Bei rund 1.600 Mitarbeitenden können wir die Arbeitsbedingungen nicht kontrollieren. Das betrifft auch die Herstellung der 13 Millionen Artikel, die in der Datenbank über KNV zu beziehen sind. 1/5 dieser Ware geht in den deutschsprachigen Buchhandel. Für die tägliche Belieferung durch das Barsortiment (sogen. Innightservice) beauftragt KNV ein Subunternehmen. Auch diese Arbeitsbedingungen sind für uns bisher nicht überprüfbar.

Unser Transportdienstleister bei den Verlagsbestellungen ist Deutsche Post/DHL, seltener GLS oder dpd. Bezahlung, Zeitdruck und menschenunwürdige Arbeitsverträge sind hier bekannt und machen uns Sorgen. Unsere Einflussnahme besteht darin, dass wir durch bestmögliche Bündelung kleine Pakete und Bucheinzellieferungen vermeiden.

Unser zweiter Hauptlieferant ist **Prolit** aus Fernwald bei Gießen. Der Betrieb besteht aus 120 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen und vertritt derzeit über 150 Verlage mit insgesamt ca. 40.000 lieferbaren Titeln. Der Schwerpunkt liegt auf Independent Verlagen. Im Geiste der 68er Jahre entstanden, um politische Literatur zu vertreiben, legt das Unternehmen großen Wert auf auskömmliche Bezahlung seiner Beschäftigten, es ist nach wie vor in der Hand der Studierenden, die das Unternehmen Anfang der 70er Jahre ins Leben gerufen haben. Es gibt den Wunsch nach Wachstum, der aber nicht nur monetär bemessen wird, sondern in einem größeren kooperativen Zusammenschluss von freien Verlagen.

Für uns ist Prolit von großer Wichtigkeit, da sie uns die Bücher der Buchgenossenschaft Büchergilde liefern.

Verpflichtende Indikatoren:

Anteil der Zukaufartikel 100% davon faire Zukaufartikel 82,19% (Buch), dt.

Herstellung / mind. 80% (Non-Book), handwerklich, regionale Herstellung oder Fairtrade-/EG-Bio-Siegel

A1.2 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde

Für unseren direkten Verlagspartner*innen und die Barsortimente können wir grobe Verletzungen der Menschenwürde ausschließen, da die deutschen Arbeitsbedingungen einen gesetzlichen Mindestlohn und Sozialversicherungsbeiträge voraussetzen. Als B2C können Kund*innen bei uns auch Waren bestellen, die wir eigentlich bewusst nicht in unserem Sortiment vertreten. Wir verhindern diese Bestellungen nicht, bieten aber Alternativen an, wenn es diese gibt. Gerade Non-Books wie Leselampen, Spiele, Puzzle und Stifte sind selten in Deutschland produziert und die Lieferkette ist für uns kaum überprüfbar.

Die ethisch-verwerflichen Zustände im Branchenbereich Paket-Zustellung ist unsere Achillesferse und für uns alternativlos. Zum nächsten Bericht ist eine dringende Recherche angeraten, die die Arbeitsbedingungen der Over-Night-Belieferung via Bücherwagendienst aufdeckt. Bisher fehlen uns diese Informationen.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Als gemeinwohlorientierte Buchhandlung sehen wir unsere Verantwortung in der Verlagsauswahl und deren Unterstützung durch Veranstaltungen und Schaufensterkampagnen. Wir bemühen uns um Vielfalt und um den Erhalt kleiner, unabhängiger Verlage, denen es schwer fällt mit großen Verlagskonzernen mitzuhalten. Solidarität zeigt sich vor allem in Krisenzeiten. So haben wir während des coronabedingten Lockdowns bezahlte Ware im Laden gelassen und nicht remittiert, alle Verlagsbestellungen, die wir vorher zugesagt haben, angenommen und auch alle Zeitschriftenabos weiterlaufen lassen, um die Lage für die Indie-Szene nicht zu destabilisieren. Wir beteiligen uns am Indie-Book-Day, unterstützen die Kurt-Wolff-Stiftung und die Büchergilde Gutenberg, deren gesamtes Sortiment wir vorrätig haben.

Wie schon angesprochen, sind die Verlagsstrukturen neoliberal. Wachstum und Marketing, Zahlen und nicht Inhalte bestimmen die Szene. Indiebook (Portal für ca. 50 unabhängige Verlage aus D, Ö und CH) bei denen wir als Buchhandlung gelistet sind, und die Kurt-Wolff-Stiftung (die Stiftung zur Förderung einer vielfältigen und unabhängigen Verlags- und Literaturszene) sind wichtige, unterstützenswerte Allianzen, bei denen die Verlage kooperativ zusammenarbeiten.

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Die Zusammenarbeit mit unseren größten Lieferant*innen KNV und Prolit ist langjährig und besteht seit Geschäftsbeginn. Wir verdienen an jedem verkauften Artikel, den wir über diese Auslieferungen beziehen, durchschnittlich 30-35% vom Bruttoverkaufspreis. Das ist branchenüblich für den Einzelhandel unserer Größe. Ketten wie Thalia oder Konzerne wie Amazon verfügen über eigene Zentrallager und bekommen aufgrund höherer Mengenabnahme und daraus resultierender Abhängigkeiten höhere Rabattierungen von den Verlagen. Zusätzlich tragen wir Versandkostenpauschalen und bei KNV eine monatliche Systemgebühr von ca. 50

Euro. Durch die gesetzliche Buchpreisbindung in Deutschland haben wir keinen Spielraum für Preisgestaltung.

Bei Prolit nehmen wir am PPP teil (Prolit-Partner-Programm), dies umfasst eine 40% Rabattierung der Artikel, im Gegenzug bündeln wir unterschiedliche Verlage und parken sie solange, bis die Sendung einer vollen Lieferkiste entspricht. Das Zentrallager von Prolit bei Gießen haben wir vor 3 Jahren einen ganzen Tag lang persönlich besucht und viele der 120 Mitarbeitenden persönlich kennengelernt.

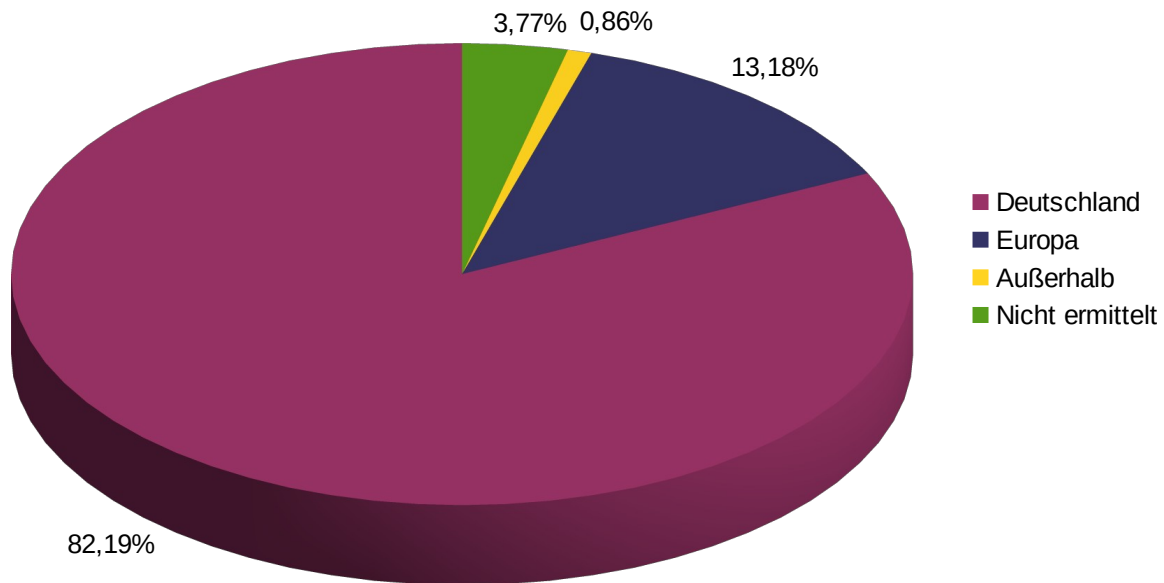
Gerade für kleine, unabhängige Verlage ist es bei Bestellungen ab 10 Büchern rentabler, wenn wir direkt über die Verlage beziehen, da diese dann die Gebühren bei den Auslieferungen sparen. Für uns bleibt hingegen die Rabattierung gleich. Wir bestellen daher zwei Mal im Jahr (zu den Frühjahrs und Herbstnovitäten) die Neuheiten und passende Backlisttitel direkt über die Verlage und tauschen uns auf der Bücherbörse OWL direkt mit den Verlagen aus. Gemeinsame Mengenplanung und Rabattierung ist selbstverständlich und geschieht nach Bedarf.

Die Verbindung zwischen uns und den Verlagsvertreter*innen ist persönlich bis freundschaftlich, wir teilen alle die Liebe zum geschriebenen Wort und können uns gegenseitig auf Einschätzungen und Ratschläge verlassen. Auch hier ist die Beschäftigungssituation sehr stabil, es ist seit Geschäftsbeginn keine Fluktuation in den uns bekannten Positionen zu beobachten und auch nicht, dass die Vertreter*innen unter Verkaufsdruck stehen, da sie nicht nach Verkaufsabschlüssen, sondern durch Verlagspauschalen bezahlt werden.

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

Aus dem folgenden Diagramm geht hervor, wie hoch der Prozentsatz in Deutschland hergestellter/gedruckter Waren in unserem Sortiment ist. Hier ist von Mindestlohn und sozialer Absicherung für die Beschäftigten auszugehen, allerdings lassen sich die Arbeitsbedingungen nicht im Einzelfall von uns überprüfen.

Herstellungsort der Bücher (Druck und Bindung)



Bei der Inventur 2020 haben wir für die Gemeinwohlbilanz erstmalig erfasst, wo unsere Bücher hergestellt werden.

Unsere Strategie ist das stetige Nachfragen, wir signalisieren in allen Gesprächen zum Wareneinkauf, dass für uns ökologische, faire Produktion ein Anreiz ist. Wir meiden Produkte und Verlage, die diesen Werten nicht entsprechen. Das signalisieren wir auch den Verlagsvertreter*innen. Diese Informationen geben wir auch an unsere Kund*innen weiter. Ein Beispiel ist, dass die Stadtbücherei, ein regelmäßiger Kunde* von uns, über uns Bücher von einem Verlag beziehen wollte, der unserer Meinung nach keinen Wert auf Menschenwürde legt, dementsprechend haben wir vom Kauf abgeraten.

Ziel ist, vor allem im Non-Book-Bereich nur Produkte anzubieten, wo wir die Zulieferkette auch nachvollziehen können. Das ist im Moment bei ein paar Produkten nicht der Fall (Spiele und Puzzle vom Moses.Verlag z.B.)

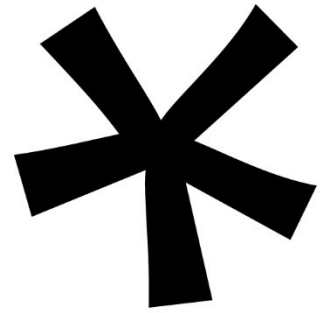
A2.3 Negativaspekt

Wir besitzen als kleines Unternehmen keine direkte Marktmacht, die unsere Lieferant*innen tangiert. 60% des Umsatzes werden von den großen Filialisten eingefahren, obwohl diese Gruppe nur aus 39 Unternehmen besteht, das entspricht nur 1,1, % der erfassten Unternehmen im Buchhandel (BuB 2020, S.62). Allerdings ist der Buchhandel gemessen an anderen Branchen immer noch sehr kleinteilig strukturiert. Im Lebensmittel-Einzelhandel etwa sichern sich aktuell vier Konzerne rund drei Viertel des deutschen Marktes.

Wir sind mit anderen kleinen Sortimenten*innen (bis 1 Mio, Euro Jahresumsatz) mit 23,5% am deutschen Gesamt-Umsatz beteiligt. Dementsprechend haben wir indirekt durchaus Macht, da gerade kleine Verlage, die bei den großen Filialketten oft gar nicht ausliegen, auf unsere Unterstützung angewiesen sind.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Um die ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette zu beurteilen, haben wir bei der Inventur für jedes Buch folgende Siegel ermittelt:



FSC (Forest Stewardship Council) – Siegel für nachhaltige Forstwirtschaft: Es besteht aus drei möglichen Kennzeichen. Das Recycled-Kennzeichen steht für Produkte, die ausschließlich Recyclingmaterial beinhalten. Das Mix-Kennzeichen steht für eine Mischung aus Material von recycelten/FSC-zertifizierten Wäldern (mind. 70%) und anderen kontrollierten Quellen. Das 100%-Kennzeichen steht für Material, das vollständig aus vorbildlichen Wäldern stammt, kommt in der Papierbranche produktionsbedingt allerdings so gut wie nicht vor. In unserer Statistik haben wir die beiden Siegel „Recycled“ und „Mix“ schließlich zusammengefasst, da das erste Kennzeichen nur vereinzelt zu finden war. Allerdings konnten wir die Verlage rausfinden (z.B. w_orten & meer), die konsequent auf Altpapier drucken und somit in Zukunft fördern.

Klimaneutraler Druck: Die meisten Verlage, die klimaneutral Drucken, tun dies über die Kooperation mit ClimatePartner. Hier werden die CO2 Abdrücke gemessen und in Klimaschutzprojekten ausgeglichen. Jeder Verlag erhält eine ID, die das Projekt bescheinigt.

Vegane Herstellung, Plastikfreie Verlage, Blauer Engel und Verlage gegen Rechts: wir haben diese Merkmale in unseren Tabellen erfasst, allerdings tauchen sie aufgrund Geringfügigkeit nicht im Bericht auf.

Cradle-to-Cradle (Vom Ursprung zum Ursprung): Ist ein Ansatz für eine durchgängige und konsequente Kreislaufwirtschaft. Das Label wird von einer Non-Profit-Organisation vergeben und taucht sehr vereinzelt in der Buchbranche auf. Wir haben es bei vereinzelt Titeln von drei Verlagen ausfindig gemacht.

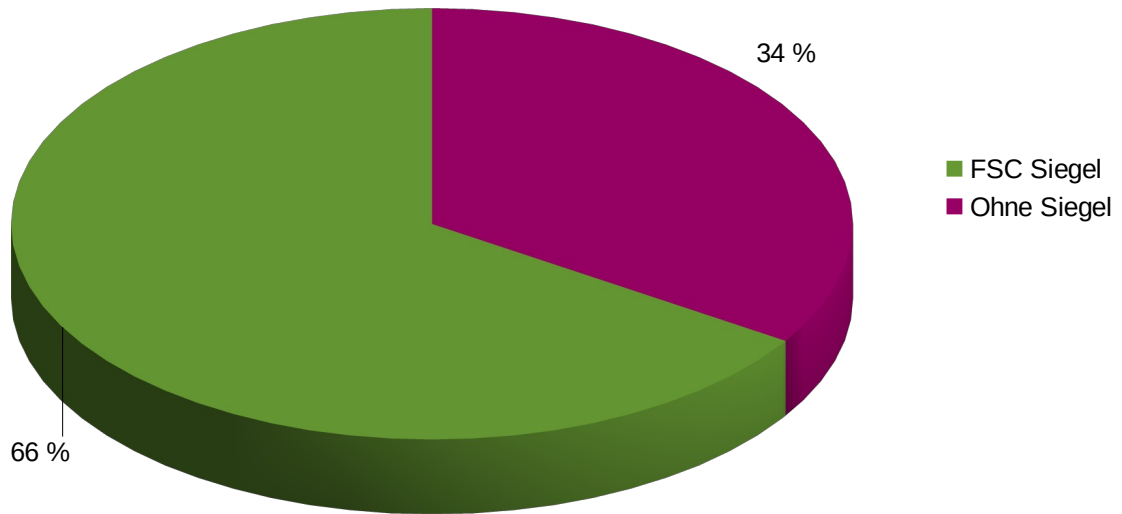
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Papier

Unsere größte Ressource sind Papier und Druckfarben. Rund 66 % der Bücher, die wir verkaufen, tragen das FSC-Siegel für nachhaltige Forstwirtschaft. Zögerlicher verhält es sich mit der klimaneutralen Herstellung (z.B. myclimate oder Klimaneutralverlag), die bei einigen Verlagen zu finden, aber noch nicht zur Regel geworden ist. Die Entwicklung zum nachhaltigen Druck ist zurzeit vor allem bei den großen Anbieter*innen zu beobachten (z.B. Piper, Random House, Bertelsmann, Reclam). Bei jungen Startups der Szene (martabooks, ein guter Verlag) gehört vegan, klimaneutral, FSC-Siegel meist auch schon zum Standard. Die kleinen unabhängigen Verlage können entweder die Kosten dafür nicht so leicht aufbringen oder sie tragen das offizielle Label noch nicht, so unsere Vermutung. Wir bevorzugen Bücher und Kalender mit den genannten Labeln, genauso wie vegane Herstellung, 100% Altpapier und Ökofarben aus Pflanzenöl. Bücher und non-books, die außerhalb von Deutschland hergestellt wurden (hauptsächlich Polen, Tschechien und Ungarn, selten außereuropäisch in China oder Malaysia), bilden die Ausnahme.

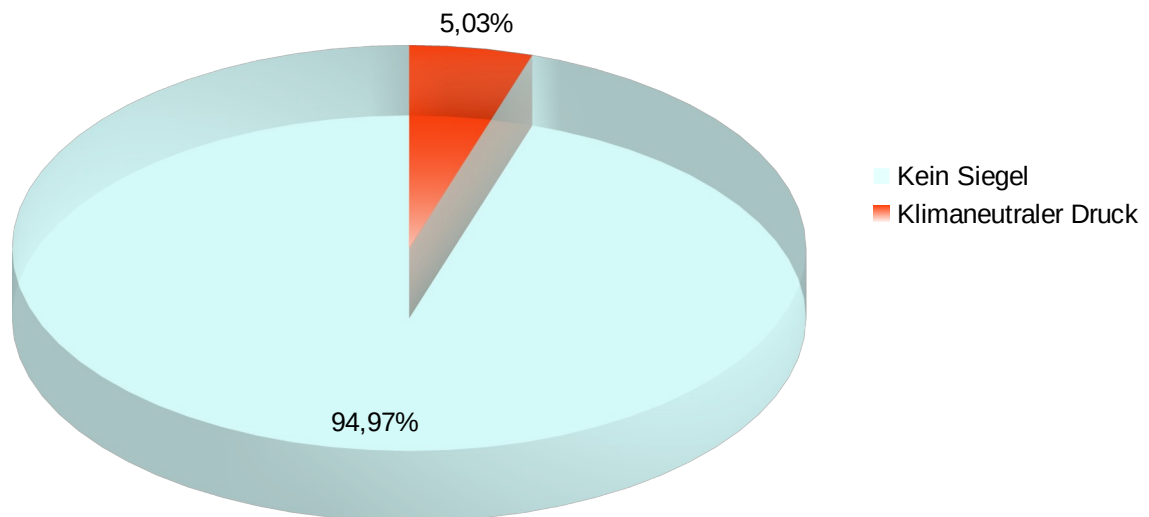
Bücher (gesamtes Sortiment)

Anteil des Siegels für nachhaltige Forstwirtschaft (FSC)



Anteil des Siegels Klimaneutraler Druck

Gesamtsortiment Buch



Unsere eigenen Printprodukte, Lesezeichen und Visitenkarten sind in einer Berliner Manufaktur mit ökologischen Sojafarben gedruckt worden, unser Imageflyer bei einer Onlinedruckerei, klimaneutral. Aufgrund des enormen Preisunterschieds (300%) zu lokalen Unternehmen, die wir angefragt haben, haben wir uns für die Online-Variante entschieden. Für die Zukunft soll auf eine gemeinwohlabilanzierte oder nachhaltig ausgerichtete Druckerei geachtet werden.

Transport/Lieferwege

Neben dem Holz- und Wasserverbrauch für die Herstellung der Waren, die wir anbieten, ist vor allem der Transport in Sachen CO2 eine bedenkliche Ressource, der wir Rechnung tragen wollen. Bei allen Auslieferungen, über die wir Verlagsbestellungen beziehen, (Prolit, GVA, LKG, SOVA, Runge, ...), haben wir eine Park-Option angegeben, d.h. Bücher von verschiedenen Verlagen werden immer gebündelt verschickt und nicht nach Erscheinungstermin einzelner Exemplare.

Bürobedarf und Verpackung und weiteres

Wir benutzen als Verpackungsmaterial zum Buchversand ausschließlich Umschläge und Pakete, die wir von unserer angelieferten Ware weiter verwerten. Unsere Buchhaltung gestalten wir papierfrei, Ausgangsrechnungen werden nur noch digital abgespeichert und wenn möglich per Mail verschickt. Unsere Kassenbons können ins Altpapier, die wir von der Firma Ökobon beziehen. Unsere Papiertüten sind aus Altpapier und unbedruckt, sie werden aber ohnehin nur selten (1-2 pro Tag) rausgegeben, da unsere Kund*innen in der Regel Mehrwegbeutel dabei haben. Unser Recycling-Druckerpapier hat den blauen Engel und das FSC-Siegel.

Für Veranstaltungen mit Gaumenfreuden verwenden wir ausschließlich Produkte des Bielefelder Bio-Unverpacktladens und eines Biohofs aus Rietberg. Getränke beziehen wir von Kesten aus Bielefeld. Kesten beliefert die umliegende Gastronomie, was Wege spart. Hier haben wir uns für das Wasserprojekt Viva con Aqua und die Biomarke Proviant (Schorlen mit Biosiegel und Cola mit Fairtrade Produkten) entschieden. In der Mitarbeitendenküche sind alle Tees bio zertifiziert und der Kaffee fair gehandelt.

Ökologisches Verbesserungspotential hat der Wechsel zu einem anderen Stromanbieter, zurzeit Stadtwerke Bielefeld. Der Wechsel soll 2021 zu Greenpeace Energy erfolgen.

A3.2 Negativaspekt: unverhältnismäßige hohe Umweltauswirkungen

Trifft nicht zu.

Bemerkung zu Umweltauswirkungen unserer Produkte und Transparenz

Papier

Der nachwachsende Rohstoff Holz ist der wichtigste Papierrohstoff für die Produktion von Büchern. In Deutschland werden dafür jedes Jahr rund 4 Millionen Bäume gefällt, aber auch Bruch-, Durchforstungs- und Abfallholz von Nadel- und Laubhölzern wird verwendet. Auch Recyclingpapier benötigt Frischholz für den Zellstoff. Durch nachhaltige Forstwirtschaft stellen Waldbesitzer*innen und die Papierindustrie sicher, dass mindestens so viel Holz nachwächst, wie verbraucht wird. Daher ist FSC-zertifiziertes Papier ein wichtiger Indikator für die ökologische Nachhaltigkeit von Büchern. Der Prozentsatz in unserer Buchhandlung soll nach Möglichkeit in den nächsten Jahren deutlich erhöht werden. Allerdings soll das nicht zu Lasten von den Verlagen gehen, die das aus Kostengründen nicht realisieren können, aber politisch und gesellschaftlich wichtige Themen zu den Menschen bringen.

Bei Papieren aus Frischfasern und Zellstoff sind deutsche Druckereien auf Importe angewiesen, große Exportländer sind Schweden, Polen, Frankreich und Österreich, aber auch der äquatornahe Raum wie Chile und Brasilien. Die dort verwendeten Eukalyptuspflanzen zur Zellstoffherstellung reisen viele tausend Kilometer nach Deutschland.

Jeder unserer Verlage verfügt über Kooperationen mit Druckereien, die wiederum ganz unterschiedliche Papiere anbieten, die von den Verlagen zur Produktion ausgewählt werden. Zum Teil unterscheidet sich das verwendete Papier von Titel zu Titel. Ein Druck in Deutschland erspart dem Buch zwar die Emission der Reise, allerdings sagt das noch nichts über die CO2 Bilanz aus, die durch importierten Zellstoff, die energieintensive Herstellung und Wasserverbrauch (durchschnittlich 7 L Frischwasser für 1 kg Papier laut Verband Deutscher Papierfabriken) entsteht. Schon aus ökonomischen Gründen ist die papierproduzierende Branche darum bemüht, den Verbrauch weiter zu reduzieren. Hoffnung machen geschlossene Wasserkreisläufe und der verstärkte Einsatz von Graspapier, der eine gute Möglichkeit ist, um Waldbestände zu schonen.

Für unsere Bilanz heißt das in Sachen Lieferketten und Transparenz: es reicht nicht den Herstellungsort des Buches zu kennen, entscheidend ist, woher die Druckereien ihr Papier beziehen. Bei den über 200 vertretenen Verlagen ist das Fleißarbeit und kann für die vorliegende Bilanz nur stichprobenartig erfolgen. Ziel ist eine standardisierte Abfrage (z.B. mittels Fragebogen) an unsere zuliefernden Verlage zur nächsten Bilanz.

Druckfarben

Hier fehlt uns Know-How, um die gesamten ökologischen Auswirkungen von Druckfarben einschätzen zu können. Dies mag von Druckerei zu Druckerei stark variieren. Wir achten verstärkt auf den CO2 Ausgleich durch klimaneutralen Druck. Zudem vertreten wir einen Verlag, der mit ausrangierten Druckfarbenresten anderer Druckereien druckt, und stellen unsere eigenen Printprodukte mit ökologischen Sojafarben her.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Wir sind sowohl für unsere Lieferant*innen als auch unsere Kooperationspartner*innen transparent, was Entscheidungen und Finanzen betrifft. Es gibt zurzeit keine Informationen, die unseren Partner*innen vorenthalten werden, um Vorteile zu sichern.

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Die Geschäftsbeziehungen sind von unserer Seite zu allen Lieferant*innen transparent und kooperativ. Umgekehrt verfügen wir zum Teil über weniger Informationen, was im einzelnen die Strategie und Unternehmensentwicklung, das interne Marketing und die Personalpolitik unserer Lieferant*innen betrifft.

A4.2 Positive Einflussnahme

Mit der Büchergilde, die rund ¼ unseres Sortiments ausmacht, stehen wir in engem persönlichen Kontakt. Wir treffen uns zwei Mal im Jahr mit den Mitarbeitenden des Verlags und anderen Büchergilde-Buchhandlungen zu Austausch und Kooperation. Hier lassen wir auch unsere Meinung zur Unternehmensentwicklung einfließen. Der Umgang ist im Vergleich zum Verlagsdurchschnitt außergewöhnlich partizipativ. Der Buchhandel hat mitunter Mitsprache bei Auflagengrößen und Titelauswahl. Die mondo buchhandlung hält durch Anna Wallitzer einen Genossenschaftsanteil in der Büchergilde und ist damit auch stimmberechtigt auf der jährlichen Genoss*innenversammlung.

Für weitere positive Einflussnahme nutzen wir die Verlagsvertreter*innen im persönlichen Gespräch, das zwei Mal im Jahr stattfindet. Über diese Gespräche erreichen wir fast 100% der von uns angebotenen Verlage. Bei kleineren Verlagen sind wir entweder im Direktkontakt oder treffen uns mit einer freien Verlagsvertretung, die mehrere Verlage bündelt. Unsere Einflussnahme besteht dabei hauptsächlich in den Bereichen Produktion und Themenauswahl. Die Möglichkeit, an Verlagsumfragen teilzunehmen (z.B. zu Bedarf, Plastikfreier Verpackung, Umschlaggestaltung), nutzen wir gerne.

Ein Label für Transparenz und Mitentscheidung existiert derzeit leider noch nicht.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Die Buchhandlung ist zu 100% aus Eigenmitteln finanziert. Die beiden Gesellschafterinnen halten zurzeit eine Privateinlage von je 2.500 Euro auf dem Geschäftskonto.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Nicht relevant, da kein Fremdkapitalanteil vorhanden.

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Unser Finanzpartner ist im Moment die Sparkasse Bielefeld. Als Finanzprodukt bietet sie uns das Geschäftskonto inklusive Onlinebanking und die ec-cash-Bezahlung. Gerne möchten wir zu einem Finanzpartner mit höherem Ethikverständnis wechseln, allerdings bieten die uns bekannten (GLS, Triodos, Ethikbank) keine kostenfreie Bargeldeinzahlung an, die für uns wichtig ist. Zudem gäbe es dann keine/n Ansprechpartner*in vor Ort. Eine Möglichkeit wäre das Sparkassenkonto nur als Transferkonto zu nutzen. Die Umsetzbarkeit/Sinnhaftigkeit soll zum nächsten Bericht geprüft werden.

Zudem gibt es zwei Versicherungen zu unternehmerischen Haftpflicht und Hausrat. Es handelt sich um Versicherungen von ALTE LEIPZIGER und RHION. Bei beiden Unternehmen bleibt im Unklaren welche Strategien in Sachen Nachhaltigkeit und faires Investment gefahren werden. Alle angegebenen Zertifikate geben nur die Kund*innenzufriedenheit und Serviceleistung wieder, nicht das nachhaltige

Investment.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Da wir ohne Fremdkapital arbeiten, kalkulieren wir Zukunftsausgaben nur bei ausreichender Deckung (100 %). Für das laufende Jahr bestehen diese Investitionen aus dem Relaunch der Homepage (Netto 4.300 Euro) und neuen Präsentationsflächen (Netto 1.500 Euro) für den Geschäftsraum. Hierfür wird der Mittelüberschuss aus dem Vorjahr verwendet. (ca. 6.000 Euro).

Die beiden Gesellschafterinnen zahlen sich je 1.000 Euro Privatentnahme im Monat aus. Eine größere Rücklage kann momentan nicht gebildet werden, es sind aber im kommenden Jahr auch keine größeren Investitionen vorgesehen. Wir haben derzeit erst das Geschäftsjahr 2019 komplett abgeschlossen, da eine Auseinandersetzungsbilanz mit einem ehemaligen Gesellschafter viel Zeit gekostet hat. In Kürze wird 2020 vom Steuerbüro an das Finanzamt übergeben.

B2.2 Negativaspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Eine unfaire Verteilung der Geldmittel liegt nicht vor, da sich die Gesellschafterinnen im gleichen Lohnsegment wie die angestellten Menschen befinden. Die Gehälter sind allerdings sehr niedrig, da sich der Laden noch im Aufbau befindet und derzeit nicht mehr leisten kann, wenn ohne Fremdmittel gearbeitet werden soll.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Unsere Geschäftsräume sind gemietet. Die Beleuchtungstechnik wurde vor zwei Jahren auf sparsamere LED-Technik umgerüstet. Mögliche Investitionen in den kommenden Jahren könnte ein Neubau des Kassenbereichs sein. Hierfür wird eine Schreinerei aus Rietberg beauftragt.

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

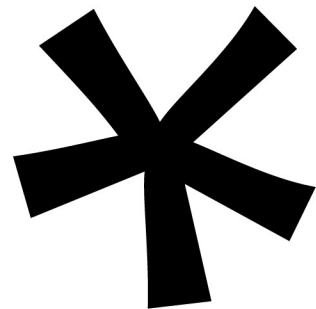
Nicht relevant, da keine Veranlagungen.

B3.3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

siehe **A.3.1** hier finden sich Informationen zu Papierherstellung und Lieferwegen

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur



Die Gesellschafterinnen halten je 50% des Unternehmens und arbeiten gemeinschaftlich mit allen Mitarbeitenden zusammen. Die Arbeitsbereiche werden nach Interesse und Fähigkeiten des einzelnen auf eigenen Wunsch festgelegt. Regelmäßige Meetings (freiwillig, 1x im Quartal) sollen Mitbestimmung sichern. Die Arbeitszeiten werden im Team abgestimmt und nicht vorgegeben. Die Zusammenarbeit mit unserem Minijobber ist langjährig und besteht seit 2016, also dem Zeitpunkt, als Anna in den Buchhandel eingestiegen ist. Die Zusammenarbeit mit unserem Kollegen im Antiquariat ist über einen Leitfaden abgesichert, der gemeinsam entwickelt wurde, hier regelt sich die finanzielle Beteiligung genauso wie die Arbeitsbereiche.

B4.2 Negativaspekt: Feindliche Übernahme

Trifft nicht zu. Die Geschäftsübernahme erfolgte im Einvernehmen und auf Wunsch des Eigentümers. So wurde für den Übergang von vier Jahren zunächst eine gemeinsame GbR gegründet, die anschließend von Mari und Anna weitergeführt wird.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Zurzeit wird die Buchhandlung hauptamtlich und arbeitstechnisch von den beiden Inhaberinnen geführt. Wir sehen uns im Abschnitt C dieses Berichtes auch als Mitarbeitende, weil von den rund 2.200 Arbeitsstunden im Jahr, nur 2% durch Aushilfskräfte geleistet werden.

Unser Kollege Lothar, der bis 2019 auch Teil der GbR war, kümmert sich eigenverantwortlich um den antiquarischen Buchbereich, den er mittlerweile als eigenes Unternehmen führt. Er zählt also nicht direkt zu Mitarbeitenden im klassischen Sinne, da er „sein eigener Herr“ ist und antiquarische Tätigkeiten selbstständig ausführt. Monatlich stellt Lothar uns Rechnungen über die im Laden verkauften antiquarischen Bücher. Die Konditionen haben wir gemeinsam erarbeitet und in einem Vertrag festgelegt. Durch gemeinsame Veranstaltungen und Lesekreise besteht nach wie vor eine enge, persönliche Zusammenarbeit.

Zudem gibt es eine Person (Jascha), die als Minijob angemeldet ist und je nach Bedarf ein paar Stunden im Monat aushilft. (Juli-Dez 2020 = 42 Arbeitsstunden). Das Verhältnis zwischen uns ist freundschaftlich, kooperativ und auf Augenhöhe. Jaschas Aufgaben sind Ladenvorbereitung, Verkauf und Beratung, Bestellabwicklung, Kommunikation via Mail und Telefon, sowie der Tageskassenabschluss. Zwischenzeitlich hat er auf eigenen Wunsch einen Lesekreis (ehrenamtlich) und diverse Büchertische für uns betreut (gegen Entlohnung).

3-4 Menschen im Praktikum ergänzen unser Team pro Jahr zwischenzeitlich. Hier arbeiten wir sowohl mit Bielefelder Schulen zusammen, als auch mit dem Jobcenter und privaten Vermittlungsagenturen, die Jugendliche in die Arbeitswelt integrieren möchten. Die Praktika sind in der Regel unbezahlt, am Ende gibt es einen Buchgutschein und ein Arbeitszeugnis.

Im Falle eines ernsthaften Konflikts würden wir (ggf mit einer außenstehenden Person), auf die Prinzipien der Gewaltfreien Kommunikation zurückgreifen. Als 2019 Marietta als neue Person in die GbR eingestiegen ist, mit Absicht der Übernahme der Anteile des früheren Inhabers Lothar, der aus Altersgründen kürzer treten wollte, haben wir den Weg der GfK als sehr verbindend und lösungsorientiert erlebt. An zwei Terminen wurden so die Bedürfnisse und Gefühle aller Seiten gehört und wertgeschätzt. Wir konnten einvernehmlich zu einer guten Lösung und Strategie für die Übernahme kommen. Anna ist seit 2019 in der AG Gewaltfreie Kommunikation der Bielefelder GWÖ.

C1.1 Mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur

Die Verbindung zu Jascha und Lothar besteht seit 2016, in dem Jahr ist Anna in die Buchhandlung eingestiegen. Seitdem gibt es in den Bereichen keine Fluktuation. Mitarbeitendenorientierte Maßnahmen sind: hoher Grad an Eigenverantwortung, regelmäßiger Austausch und Kontakt auf Augenhöhe, gewaltfreie Strategien im Konfliktfall.

Mari und Anna haben ihre Arbeit nach eigenen Talenten aufgeteilt und so wird es auch mit den Mitarbeitenden und Menschen im Praktikum gehandhabt. Wer gerne das Schaufenster dekoriert, ist herzlich eingeladen dies zu tun, wer lieber die Buchhaltung sortiert, darf das gerne ausleben.

Wir haben Vertrauen in die Menschen, die mit uns arbeiten: das checken privater Emails oder die Nutzung des Druckers für Privatzwecke sehen wir unkritisch, auch während der Arbeitszeit. Wir teilen uns alle dasselbe Büro bzw denselben Arbeitsplatz, dementsprechend sind alle Daten/Informationen wie Einkaufspreise, Vertragspartner*innen und Konditionen, mit denen gearbeitet wird, für alle zugänglich.

Bisher ist das Team ein Mal im Jahr gemeinsam essen gegangen, um die gemeinsame Zusammenarbeit zu würdigen.

Im Schnitt bewerben sich bei uns 2-3 Buchhändler*innen initiativ, 8-10 Menschen fragen nach einem Aushilfsjob (pro Jahr). Es gibt keine regelmäßige Erhebung zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz, was bei einem Minijobber und einem Mitarbeiter im Lager des Antiquariats, besser informell im Dialog vonstatten gehen kann. Finanzierung von Schulungen o.ä. ist derzeit nicht finanzierbar.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Jascha ist über die Berufsgenossenschaft Handel und Warenlogistik – kurz BGHW – unfallversichert. Sie ist Trägerin der gesetzlichen Unfallversicherung für Unternehmen und deren Beschäftigte im Handel und in der Warenlogistik für ca. 4,6 Mio. Versicherte. Das Gesundheitsrisiko in unserer Branche wird von der Berufsgenossenschaft als gering eingeschätzt. Bisher gab es keine Betriebsunfälle und auch keine Krankenquote. Mari und Anna stärken sich gegenseitig den Rücken, um eine moderate Belastung von beiden zu gewährleisten. „Krankentage“ gibt es durch die Betreuung der Kinder. Angebote zur gesundheitlichen Prävention bieten wir nicht an, allerdings haben wir das gegenseitige Wohlergehen und die seelische

Gesundheit aller Beteiligten im Blick und bringen es zur Sprache, wenn es nötig ist.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

In Sachen Identitätsverständnis, Ethnie, Alter, Religion und sexueller Orientierung handeln wir chancengleich. Unsere Praktikant*innen sind in der Regel zwischen 12 und 55 Jahre alt, gerade bei Schulpraktika ist der Anteil von Menschen mit Migrationsgeschichte bei ca. 50% in den letzten beiden Jahren. Leider mussten wir im letzten Jahr ein Praktikum ablehnen, da die Person rollstuhlfahrend unsere Toilette nicht erreichen konnte. Wir verfügen zwar über eine Rampe am Eingang, aber die Tür zur Toilette ist nicht rollstuhlgerecht. Dementsprechend sind Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen benachteiligt.

Angestrebt ist ein Gespräch mit der BGW, um über behindertengerechte Baumaßnahmen zu beratschlagen.

C1.4 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Nicht bekannt. Zusammenarbeit geschieht auf Augenhöhe, die Arbeitsabläufe werden nach Interesse der Einzelnen aufgeteilt.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Beide ausgestalteten Arbeitsverträge (1x Kooperationsvertrag, 1x Vertrag über geringfügige Beschäftigung) wurden einvernehmlich und im Dialog mit den Mitarbeitenden aufgesetzt.

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Jascha bekommt für seine Aushilfstätigkeit 10 Euro pro Stunde. Wir rechnen viertelstündlich ab. Der Lohn liegt leider nur knapp über dem Mindestlohn, allerdings ist die innerbetriebliche Spreizung nicht vorhanden, da sich die Inhaberinnen mit 1.000 Euro Privatentnahme pro Monat im gleichen Lohnsektor befinden. Jascha hat eine Festanstellung bei einem anderen Unternehmen, so dass auf den Verdienst bei uns nicht dringend angewiesen ist. Nach eigener Aussage arbeitet er bei uns, weil „es ihm Freude macht“. Es steht außer Frage, dass der Lohn für Mitarbeitende (uns eingeschlossen), bedarfsgerecht angepasst wird, sobald die Umsätze/Erträge dies zulassen. Unser Mitarbeiter, der im Antiquariat aushilft, bekommt den Mindestlohn von 9,25 Euro (90% geförderte Jobcenter Maßnahme für Wiedereingliederung). Das Arbeitsverhältnis bestand vom Oktober 2019 bis zum März 2021.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Die Inhaberinnen arbeiten im Schnitt je 25 Stunden/Woche, also in Teilzeit, wobei jede 50% der Ladenöffnungszeiten abdeckt. Natürlich gibt es Überstunden, z.B. im Weihnachtsgeschäft oder in Monaten wo viele Veranstaltungen stattfinden. Diese Stunden werden nicht entlohnt und nicht erfasst, allerdings geschieht die Arbeits(und Urlaubs-)zeit immer in gemeinsamer Absprache und im Konsens. Die Privatentnahmen sind nicht an die geleistete Arbeitszeit gebunden, sondern wurden

gemeinschaftlich festgelegt.

Jascha wird für jede Aushilfstätigkeit angefragt und teilt uns mit, ob es ihm möglich ist zu arbeiten oder nicht. Wir fragen ihn so früh wie möglich, damit er es leichter einrichten kann. Es gibt auch Tage an, denen er grundsätzlich nicht arbeiten kann, darüber sind wir im Dialog. Die Arbeitszeit richtet sich ansonsten nach den Ladenöffnungszeiten. Arbeitszeiten werden immer dialogisch besprochen und nicht „von oben“ festgelegt.

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

Mari und Anna arbeiten beide in Teilzeit. Die Arbeits- und Urlaubstage werden gemeinsam im Konsens abgesprochen. Einige Bereiche (Homepage, Buchhaltung, Marketing, Kommunikation) können im Homeoffice bearbeitet werden.

C 2.4 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Ein lebenswürdiger Verdienst (14 Euro/Std?--> angestrebter Mindestlohn der Linken) war 2020 weder für die Inhaberinnen noch für andere Beschäftigte möglich. Die Gründe sind, dass sich die Buchhandlung finanziell im Aufbau befindet, unser Gewinn gibt keine höheren Löhne/Privatentnahmen her. Ein lebenswürdiger Verdienst von 14 Euro/Std. ist zur nächsten Bilanz angestrebt. (Anmerkung: bereits 2021 konnten wir das Lohnniveau für Minijobber und eine Schwangerschaftsvertretung auf 13 Euro anheben).

Die verpflichtenden Indikatoren wurden unter den anderen Punkten schon erfasst.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

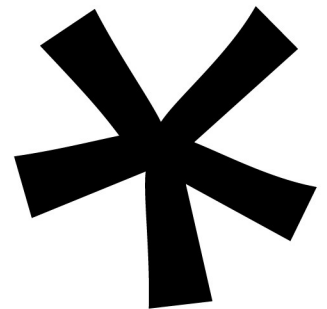
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Die Inhaberinnen bringen sich ihr essen selbst mit (2/3), dann ist es fast 100% Bio-Qualität, oder es wird in der umliegenden Gastronomie (1/3) bestellt, dann ist es vegetarisch/vegan und zu 50% Bio-Qualität.

Einfluss auf die Speisen des Minijobbers wird nicht genommen, da aufgrund der geringen Stundenzahl ein Essen während der Arbeitszeit oft nicht notwendig ist. In der mondo-Küche gibt es Tee, Schorlen (Mehrweg) und Kaffee (alles bio/fair), einen Kühlschrank und einen Wasserkocher.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Mari und Anna reisen beide aus dem Kreis Gütersloh (ca. 22km) an. Meistens mit dem Auto (2x Hochdachkombis mit 5l/100km), Zugfahrten machen bisher nur 5% aus. Da die Anbindung mit dem ÖPNV nur stündlich erfolgt, wirkt sie sich zeitlich zumeist sehr negativ auf den Familienalltag der beiden aus. Beide haben zwei Kinder im Schul- und Kitaalter, was entsprechende Planung für Bring- und Abholzeiten mit sich zieht. Ein Ziel ist es den Anteil an ÖPNV bis zur nächsten Bilanz deutlich zu



steigern.

Um Emissionen zu reduzieren, wurde die Teilzeit der beiden auf ganze Tage aufgeteilt, so dass nicht fünf halbe Tage pro Kopf, sondern pro Person zweieinhalb Tage vor Ort gearbeitet wird. Das reduziert die Fahrten der beiden um 50%. Geschäftsreisen zu Buchmessen oder ähnliches fallen selten an (1-2 x im Jahr) und werden als Fahrgemeinschaft organisiert.

Jascha kommt zu Fuß zur Arbeit, er wohnt gegenüber der Buchhandlung. Da die Buchhandlung zentral, neben einer Bushaltestelle liegt, ist es für Bielefelder*innen gut möglich mit dem ÖPNV anzureisen, die schlechte Parkplatzsituation in der Innenstadt gibt dafür einen zusätzlichen Anreiz.

C 3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Als kleines Unternehmen bedarf es keines institutionalisierten Sensibilisierungsprogramms. Da sich die Themen Ökologie, Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Transformation in unserem Buch- und Veranstaltungsprogramm wiederfinden und somit Teil des Interesses unserer (auch zukünftigen) Mitarbeitenden sind, setzen wir ein gewisses Maß an Achtsamkeit in dem Bereich voraus.

Eingewiesen werden bei uns alle Mitarbeitenden und Menschen im Praktikum über die Mülltrennung, die Abschaltung der Beleuchtung, Papierreduktion im Büro, die FSC-Siegel, den Klimaneutralen Druck sowie die Nutzung der Park-Option für Sammelbestellungen.

C3.4 Negativaspekt Anleitung zu Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Trifft nicht zu. Unsere Mitarbeitenden werden über Recycling der Verpackungen, Mülltrennung, schonende Remission und Beleuchtung informiert. Ohnehin haben unsere Mitarbeitenden unserer Beobachtung nach sehr hohe Standards in Sachen ökologische Nachhaltigkeit.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Den Mitarbeitenden ist es möglich, in alle Bereiche der Buchhandlung Einblick zu erhalten, wir sind da sehr kommunikativ, das betrifft sowohl die Buchhaltung als auch den Einkauf und die Gestaltung des Ladens. Das, was wir uns zutrauen, trauen wir auch Mitarbeitenden zu, wenn sie sich das wünschen. Mitarbeitende dürfen sich gerne nach eigenen Neigungen in die Lesekreise, Veranstaltungsplanung und Durchführung oder die Gespräche mit Verlagsvertretungen einbringen. Eine aktive Mitarbeit in Form von Vorschlägen, Umsetzung eigener Ideen und Kreativität ist gewünscht. Ebenso fragen wir auch nach Meinungen und Ratschlägen. Die Mitarbeitenden verfügen über einen eigenen Ladenschlüssel und den Zugang zum gesamten E-Mail-Programm, den Portalen für das Barsortiment und die Büchergilde.

Mit unseren Monats- und Tagesumsätzen, Ein- und Ausgangsrechnungen gehen wir ebenfalls transparent um. Jascha geben wir jederzeit Auskunft über unsere Zahlen, wenn er dies nachfragt. Es gibt diesbezüglich keine Geschäftsgeheimnisse.

Lediglich auf das Bankkonto und das dazugehörige Buchhaltungssystem Datev können zurzeit nur die Inhaberinnen zugreifen. Dies hat den Grund, dass für die sachgerechte und datenschutzgerechte Bedienung eine längere Einarbeitung erforderlich ist, die nur für Teilzeitkräfte in einem zeitlich-verhältnismäßigem Rahmen liegt.

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Die Frage ist für uns nicht zu beantworten, da es keine Führungskräfte gibt.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Da der Arbeitsanteil unseres Mitarbeitenden so gering ist, und die Buchhandlung hauptsächlich als Zwei-Frau-Unternehmen funktioniert, kann der Anteil der Entscheidungen zur Mitwirkung schwer evaluiert werden.

Verbesserungen zum organisatorischen Ablauf werden gemeinsam besprochen und jede Entscheidung, die direkte Konsequenzen für den Arbeitsablauf des Mitarbeitenden hat, diskutiert und einvernehmlich gelöst.

C4.4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Trifft nicht zu. Aufgrund der geringen Teamgröße gibt es keinen Betriebsrat. Die Mitarbeitenden haben aber jederzeit die Möglichkeit sich Unterstützung oder Ratschläge bei neutralen Ansprechpartner*innen zu holen. Das ist kann z.B. der Börsenverein des deutschen Buchhandels sein. Wir freuen uns, wenn sich die Mitarbeitenden innerhalb der Branche vernetzen, was im Buchhandel durchaus üblich ist.

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

Als B2C-Unternehmen haben wir als Inhaberinnen jeden Tag direkten Kontakt zu den Menschen, die bei uns einkaufen. Wir nehmen uns für jeden Menschen die gleiche Beratungszeit, kommunizieren wertschätzend und versuchen, den Wünschen und Bedürfnissen des Gegenübers gerecht zu werden. Die Bindung, die wir zu den Kund*innen aufbauen, basiert auf dem ehrlichen Interesse in Verbindung mit Menschen treten zu wollen. Und das ist selbstverständlich unabhängig von der Kaufkraft der Person. Wir möchten ein Ort sein, wo Menschen lesen, sich wohlfühlen und inspirieren lassen können, ihr Kind stillen oder auch mal ausruhen können. Im Gegenzug verhalten sich unsere Kund*innen auch solidarisch mit uns, empfehlen uns weiter, kaufen ihre Bücher bei uns und nicht bei Onlineriesen. Lehrkräfte, die privat bei uns kaufen, bestellen nicht selten auch die Klassensätze für die Schulen bei uns. Angestellte empfehlen uns bei der Firmenleitung für den Einkauf der Weihnachtsgeschenke für die Belegschaft.

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Neue Kund*innen werden durch die Schaufenster beim Stadtbummel, unsere Social Media Kanäle (Facebook und Instagram, Newsletter) und durch Kooperationen (Bioladen, Unverpacktladen, Stadtbibliothek, Bielefelder Schulen) auf uns aufmerksam. Das meiste passiert wahrscheinlich von Mund-Zu-Mund, was den deutlichen Zuwachs¹ an Neukund*innen in den letzten beiden Jahren erklärt, ohne dass mehr Energie oder Geld in Marketingkampagnen geflossen wären. Anzeigen schalten wir nur einmal im Jahr zum Welttag des Buches in der Tageszeitung, vierteljährlich im Stadtteilmagazin „Siggli“ und der Ultimo (kostenloses Kulturmagazin von Münster und Bielefeld). Hier geht es uns aber weniger um das Marketing als um die Unterstützung dieser Magazine. Insgesamt beläuft sich der Marketingeinsatz auf ca. 900 Euro brutto für Anzeigen pro Jahr, sowie 4500 Euro für die Erstellung der neuen Homepage 2020 und 30 Euro im Jahr für den Newsletterdienst „Literaturkurier.de“. Flyer und Lesezeichen machen ca. 150 Euro im Jahr aus. Die Homepage informiert über unser Sortiment, unsere Werte und Ideen, die Veranstaltungen und aktuelle Entwicklungen (z.B. Stand der GWÖ-Bilanz). Im Moment verfügen wir über keinen Onlineshop. Der Newsletter bewirbt 1x im Monat die Veranstaltungen und Lesekreise und stellt ein Buch vor, das uns gerade besonders am Herzen liegt. Der Newsletterdienst wird im Laden und auf Veranstaltungen angeboten. Die Menschen können sich dort selbstständig an und abmelden, wobei lediglich die E-Mailadresse von Nöten ist, keine weiteren Daten. Auch im Laden werden keine Stammdaten erhoben. Wir informieren unsere Kund*innen gerne, wenn Bücher abholbereit sind, danach werden die Daten aber wieder vernichtet und nur für diesen Zweck eingesetzt.

Wenn wir externe Büchertische betreuen, machen wir durch einen Imageflyer und Lesezeichen mit unserer Internetseite Werbung für unseren Laden. Stammkund*innen machen über die Hälfte des täglichen Umsatzes aus; gerade durch die Büchergilde-Gemeinschaft sind viele Menschen schon lange Jahre mit dem mondo verbunden, weil sie dort jedes Quartal ihre Buchkäufe für die Genoss*enschaft tätigen. Stammkund*innen kommen auch gerne mal auf einen Plausch vorbei. In geschäftlichen Abläufen werden sie nicht bevorzugt behandelt, da wir allen Menschen in Sachen Reklamation und Umtausch immer fair und kulant entgegentreten. Umtausch gegen Gutschein oder Ware ist bei uns (auch mal ohne Kassenbon) jederzeit möglich. Für die meisten Menschen ist das unserer Erfahrung nach in Ordnung. Falls finanzielle Nöte vorliegen oder die Person uns bittet, das Geld wieder zu bekommen, tun wir das selbstverständlich.

Es gibt bei uns weder Umsatzvorgaben noch umsatzabhängige Bezahlung.

D1.2 Barrierefreiheit

Die Bücher, die wir anbieten und bestellen können, sind multilingual, als Hörbücher und als Großdruckausgaben erhältlich. Der Verlag „Spaß am Lesen“ bringt gängige Romane und Klassiker in einfacher Sprache heraus. Zudem gibt es eine Auswahl an

¹Da wir keine dauerhaften Daten unserer Kund*innen erheben kann dies schwer in Zahlen ausgedrückt werden. Anhaltspunkte sind allerdings der Umsatzzuwachs und 50% Neukund*innen, die in der Rechnungsstellung bei Versandwaren auftauchen.

Büchern für Menschen mit Demenz und Vorlesebücher zur Altenpflege. Die Präsenzauswahl im Laden beschränkt sich auf wenige Titel der genannten Kategorien, allerdings können wir jegliche Wunschbücher meist binnen 24h zur Ansicht besorgen und laden dazu ein, diesen Service zu nutzen.

Da unser Eingang an einem engen, stark frequentierten Fuß- und Fahrradweg liegt, dürfen wir die Rampe zur Überwindung der Eingangsstufe für Rollstuhlfahrende nicht fest installieren. Wir holen sie bei Bedarf, wobei uns bewusst ist, dass dies eine Hürde bedeutet. Die Menschen müssen sich erst bemerkbar machen. Zum Teil wissen sie nicht, dass die Rampe existiert. Rollstuhlfahrende Stammkund*innen wünschen sich oft ein Beratungsgespräch vor der Tür, weil sie keine Umstände machen möchten. Ein Verbesserungspotenzial ist ein gut leserliches Schild, das auf die Rampe hinweist und einlädt, sich auch mit Gefährt im Laden willkommen zu fühlen. Auf der Homepage gibt es dazu bereits einen Text.

Die Vielfältigkeit des Buchmarkts macht Bücher zu fast barrierefreien Produkten. Menschen mit geringem Einkommen haben durch die Buchpreisbindung aber ggf. nicht die Möglichkeit, sich Bücher in gewünschtem Umfang leisten zu können. Da wir nicht rabattieren dürfen, verweisen wir auf unser Antiquariat, was deutlich günstigere Preise hat, oder die Stadtbücherei. In unseren Lesekreisen halten wir auch dazu an, dass nicht jedes Buch bei uns gekauft werden muss, sondern gerne auch in der nahen gelegenen Bibliothek geliehen werden darf. Zudem gibt es bei uns auch die Möglichkeit, gelesene Bücher für den antiquarischen Bereich an uns zu verkaufen.

D 1.3 Negativaspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Trifft nicht zu. Unsere Werbeausgaben beliefen sich 2020 auf knapp 700 Euro. Die Anzeigenschaltungen betrafen zwei Stadtteilmagazine, die wir in der Pandemie unterstützen wollten.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Uns ist an einer vielfältigen Buchhandelsszene in Bielefeld gelegen. Wir unterstützen uns, indem jede*r seine/ihre Nische als Sortiment hat und wir bauen keine Bereiche aus, die andere Buchhandlungen der Stadt für sich etabliert haben. Wir verweisen auf die anderen Buchhandlungen in der Stadt, bewerben deren Veranstaltungen und pflegen Kontakt, in dem wir hin und wieder selbst die Läden besuchen oder uns über Aktionen austauschen. Ein Beispiel ist die Auslage des Programms der Buchhandlung Eulenspiegel, die ein ähnliches politisches Profil hat wie wir. Ein anderes Beispiel für Kooperation: wenn Kund*innen ein Buch schnell benötigen, es über unseren Grossisten aber länger dauert, bestellen wir das Buch in den Buchhandlungen „Eulenspiegel“ und „Kronenklauer“, da sie es durch ein anderes Barsortiment manchmal schneller liefern können.

Durch die Büchergilde und Institutionen wie den Buchhandelspreis sind wir deutschlandweit mit anderen Buchhandlungen vernetzt. Lokal machen wir keinen Unterschied in der Solidarität zwischen Läden, die die gleiche Zielgruppe haben oder eine andere.

D2.2 Kooperation und Mitunternehmen

Wir kennen die Mitarbeitenden der Buchhandlungen der Innenstadt zum Großteil persönlich. In Notsituationen würden wir solidarisch helfen (z.B. bei Personalengpässen), allerdings ist das bisher nicht vorgekommen. Für Fragen und Wissensaustausch sowie die Teilhabe an Erfahrungen sind alle Mitunternehmer der Stadt zugänglich. Während der Coronapandemie haben wir uns vor allem mit dem nahen gelegenen Kinderbuchladen ausgetauscht und beraten. Zurzeit gibt es keine direkten Kooperationen, die beschrieben werden könnten. Allerdings gibt es die Idee im Sommer einen gemeinsamen Büchertisch mit dem Kinderbuchladen anzubieten. Durch die geographische Nähe schicken wir viele unserer Kund*innen, die bei uns nicht fündig werden, in den Kinderbuchladen, obwohl wir selbst alle Kinderbücher zum nächsten Tag bestellen könnten. Hier geht es uns um eine gute nachbarschaftliche Zusammenarbeit und weniger um finanzielle Bereicherung um jeden Preis.

Mit den 92 Büchergildebuchhandlungen bilden wir ein Netzwerk, das sich zunehmend auch mit ökologischen Fragen der Branche auseinandersetzt. So waren auf dem letzten Plenum die Themen plastikfreie Verpackung und Ökostrom für die Läden ein großes Thema. Die Büchergilde hat für alle ihre Partner*innenläden einen Sondertarif mit Greenpeace-Energy ausgehandelt, um in der Branche einen Anreiz zu setzen, zu nachhaltigen Stromanbietenden zu wechseln. Wege des Responsible Lobbying sind uns in der Branche nicht bekannt. Von der Veröffentlichung der Gemeinwohlbilanz erhoffen wir uns, dass weitere Buchhandlungen mitziehen. In der Regel treffen sich die BüGi-Buchhandlungen zwei mal im Jahr einen Tag lang in vier Regionalgruppen.

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

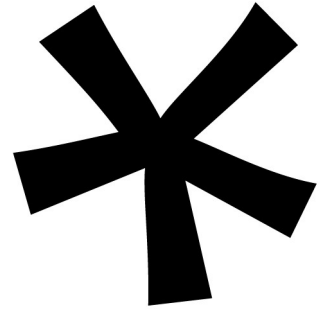
Auf Hilferufe und Bitten würden wir gerne solidarisch reagieren, allerdings fehlt uns bisher die Erfahrung, da es bisher keine Anfragen aus der lokalen Branche gab. Ein Grund dafür ist, dass wir die Liquidität, Umsätze und Personalbeschaffenheit der Mitunternehmen als stabil und unserer ähnlich einstufen. Die gegenseitige Hilfe beschränkt sich auf kleine Gefälligkeiten wie dem Tauschen von Büchertischterminen oder der Beteiligung an gemeinsamen Aktionen wie dem Weltfrauentag. Wir finden es wunderbar, dass unsere Stadt über eine außergewöhnlich hohe Anzahl an Sortimentsbuchhandlungen verfügt; wir möchten dies unterstützen und nicht blockieren.

D2.3 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Trifft nicht zu. Durch die deutsche Buchpreisbindung unterbindet Preissteigerungen/nachlässe. Somit ist die Grundvoraussetzung auch für kleine Buchhandlungen gleich.

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Bis auf wenige Produkte aus dem Non-Book-Bereich (< 4%), handelt es sich um Produkte, die über Generationen hinweg Verwendung finden können und langlebig sind. Die Bücher können an Antiquariate und Bücherschränke abgegeben oder über das Altpapier entsorgt werden. Die ökologischen Auswirkungen der Papierherstellung wurden unter A.3 bereits erläutert. Eine Alternative zu dem traditionellen Buchdruck sind E-Book-Reader und E-Books, die wir allerdings nicht anbieten. In Sachen Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung schlägt das gedruckte Buch den E-Book-Reader, aufgrund der aufwendigen Herstellung, allerdings nur solange weniger als 50 Bücher im Jahr gelesen werden.² Das Lesen von Büchern auf Tablets und Notebooks ist ebenfalls ökologisch teurer und schneidet schlechter ab als E-Book-Reader.



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

Konsistenz: Durch eine konsequente Umstellung der Verlage auf FSC-Siegel und klimaneutralen Druck, plastikfreie Verpackung und ökologische Druckfarben sowie eine Verhinderung von Überproduktion, könnte eine Produktion mit wenig negativen Auswirkungen erzeugt werden. Rund 34 % unseres Sortiments erfüllen keines dieser Kriterien/Siegel, hier ist ein Habel wo wir noch ansetzen können. Eine Zunahme von ökologischen Standards in der Verlagsbranche in den letzten Jahren ist deutlich zu verzeichnen, was es auch für uns in Zukunft leichter macht, entsprechend konsistente Waren einzukaufen.

Effizienz: Diese wird von uns sehr hoch eingeschätzt, da viele unserer Bücher über den Unterhaltungswert hinaus gesellschaftliche Fragen und Debatten zu ökologischen und sozialen Themen voranbringen und zum Austausch anregen. Die vielschichtige Bedürfnisbefriedigung und die Wissensvermittlung, das verbindende Element der Sprache, Debattenkultur und Journalismus machen Bücher in unseren Augen alternativlos.

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

Unser Geschäftsmodell basiert auf „gemeinsam Literatur leben“, d.h. neben dem Verkauf von Büchern geht es um den Austausch in Lesekreisen und Veranstaltungen, die nicht kommerziell sind, sondern dem Gemeinwohl dienen. Intern findet ein reger Austausch zur Suffizienz statt. Bisher haben wir keinen Onlineshop, da wir nicht zum maßlosen Shoppen von Produkten, die wir nicht vertreten wollen, anregen möchten. Auf der anderen Seite wünschen sich viele Kund*innen so einen Shop und uns würde es einige Arbeitsschritte erleichtern. Ein deutlicher Umsatzzuwachs ist von einem Onlineshop zu erwarten, dennoch haben wir uns aus ideellen Überlegungen bisher dagegen entschieden. Unsere Diskussion zur Suffizienz hat uns mittlerweile zu einem genossenschaftlichen Grossisten geführt, der Mitbestimmung einräumt und mit dem Onlineshop „Genial Lokal“ bewusst den Einzelhandel stärkt. (Verbesserungspotenzial)

² Vgl. Dissertation von Ulrike Wilke „Grüner lesen“ <https://docplayer.org/7805315-Ulrike-wilke-gruener-lesen-buch-oder-ebook.html>

Der Schwerpunkt liegt hier ganz deutlich auf Buch/Literatur, von maßlosen Kaufanreizen im Non-Book-Bereich (Plüschtiere, Deko, Haushaltswaren etc.) wird hier bewusst Abstand genommen.

Mit der Möglichkeit der käuflichen Annahme von alten Büchern und unserem Antiquariat kommunizieren wir auch nach außen, dass uns Langlebigkeit wichtig ist. Das Erscheinungsbild und die vertretenen Themen Ökologie, Nachhaltigkeit, Kapitalismuskritik und neue Wirtschaftsmodelle setzen im mondo deutliche Zeichen gegen ein maßloses Wachstum oder Konsum. Wir regen Kund*innen gerne dazu an, in den Büchern zu lesen und zu blättern, um sicherzustellen, dass es das ist, was sie benötigen. Verlage mit besonders nachhaltiger Ausrichtung werden bei uns bevorzugt beworben. Beschädigte Bücher versuchen wir zu vergünstigten Preisen abzugeben, um sie nicht zurückzuschicken und damit der Vernichtung zuzuführen. In der täglichen Praxis sagen wir unseren Kund*innen ganz offen, dass wir viele Facetten des Buchmarkts (Geschwindigkeit und Flut an Neuerscheinungen, die „alte“ Titel verdrängt, die eigentlich noch aktuell wären) kritisch sehen und uns bewusst nicht an den großen Marketingaktionen von Großverlagen beteiligen, die nur auf Umsatzsteigerung abzielen. Wir beraten authentisch und raten von Käufen ab, wenn sie uns nicht stimmig zu den Bedürfnissen der Kund*innen erscheinen.

D3.3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Trifft nicht zu.

Allerdings bleibt zu bedenken, dass auch bei uns durch ansprechende, liebevolle Dekoration und Präsentation neue Bedürfnisse und Interessen aktiv geweckt werden.

D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz

Durch den direkten Kontakt ist es Kund*innen jederzeit möglich uns in der Unternehmensentwicklung zu unterstützen. Dies gilt insbesondere in der Veranstaltungsplanung, da das mondo gerne von externen Gruppen als Ort genutzt wird, aber auch für das Sortiment. So sind wir auf den kleinen Osnabrücker Packpapierverlag durch eine Kundin aufmerksam gemacht worden und führen ihn seither fest im Programm. Es gibt auch Kund*innen, die sich besonders mit den Themen Rassismus oder Gendergerechtigkeit beschäftigen und uns gerne Tipps geben. Es gab auch schon Bitten, einen bestimmten Artikel oder Verlag aus politisch-gesellschaftlichen Gründen aus dem Sortiment zu nehmen. Bisher sind wir, nach sachlicher Prüfung der Argumente, dem immer nachgegangen.

D4.1 Kund*innenmitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Als kleiner Einzelhandel findet bei uns keine Marktforschung oder eine gemeinsame Produktentwicklung statt. Allerdings regt unsere Internetseite zum Austausch an. Es gibt ein paar Produkte (z.B. wiederverwendbare Geschenkverpackung), die uns von Kund*innen empfohlen wurden, und auch etliche Bücher, die ihren Weg durch Wünsche in die Buchhandlung gefunden haben. Wir haben ein offenes Ohr und nehmen die Literatur- und Sachbuchempfehlungen und Verrisse unserer Kund*innenschaft sehr ernst. Ein interessierter Austausch wird von unserer Seite

durch aktives Nachfragen („Sie hatten doch letzte Woche das Buch XY gekauft, wollen Sie mir verraten, ob Sie es empfehlen können?“). Da wir nicht alles lesen können, bieten uns unsere Kund*innen ein gutes Fundament zur Einschätzung.

D4.2 Produkttransparenz

In allen Büchern/Produkten ist der Herstellungsort, die Papierzertifizierung und die Siegel zu erkennen.

Preisfindung spielt durch die gesetzliche Buchpreisbindung für uns eine untergeordnete Rolle.

Zu der Berechnung der externalisierten Kosten fehlt uns im Moment das Hintergrundwissen.

D4.3 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Trifft nicht zu. Die Verwendung von Büchern ist unbedenklich. Die Druckfarbenverordnung schreibt vor, welche Druckfarben zur Herstellung von Büchern eingesetzt werden dürfen.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Unsere Idee ist, neben einem ausgesuchten Angebot an Belletristik und illustrierten Büchern, die zum Verkauf angeboten werden: ganz klar als politische Buchhandlung in Erscheinung zu treten, indem wir über das Sortiment und das Veranstaltungsprogramm gesellschaftlich relevante Themen abbilden und zur Diskussion zu bringen. Die Buchhandlung soll den Menschen der Stadt dienen. Wir verstehen uns als Treffpunkt für gesellschaftlichen und literarischen Austausch. Zwei Lesekreise finden alle 14 Tage statt und werden durch uns ehrenamtlich betreut. Es gibt aber auch freie Gruppen, die uns ansprechen, wenn sie eine Räumlichkeit benötigen. So konnte in der Vergangenheit der humanistische Verband und ein philosophischer Lesekreis seine Treffen bei uns organisieren. Die Ortsgruppe von Extinction Rebellion (XR) und die Rosa-Luxemburg-Stiftung Bielefeld nutzen unsere Räumlichkeit für Vorträge und Veranstaltungen, unentgeltlich.

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

Der Großteil der Produkte, die verkauft werden, sind Bücher. Davon dienen rund die Hälfte der Freude (z.B. Romane), ein Viertel der Information und Aufklärung sowie der Teilhabe an gesellschaftlichen Debatten (z.B. Sachbuch zum Thema Gender, Rassismus, Ökologie) und der Rest der Leseförderung (z.B. Kinder und Jugendbuch), dem künstlerischen Ausdruck (z.B. Lyrik) oder persönlichen Unterstützung (z.B. Themen Geburt, Sexualität, Psychologie).

Die Veranstaltungen dienen zur Hälfte der Unterhaltung, dem Austausch und dem Zusammensein (z.B. Romanlesungen) und zur Hälfte der Information, einem Diskurs oder Aufklärung im weitesten Sinne (z.B. Sachbuchvorstellung, Vortrag von Extinction Rebellion).

Da Menschen aus den unterschiedlichsten Gründen und Bedürfnissen heraus lesen, können eine Vielzahl davon durch den Erwerb eines Buches erfüllt werden, am meisten wahrscheinlich Verstehen/Einführung, Muße/Erholung, kreatives Schaffen und Identität/Sinn. Wir wissen aus dem täglichen Kund*innengeschäft, dass Bücher tief berühren und bestärken können, lebensverändernde Entscheidungen bewirken und trösten können. Für unsere Veranstaltungen gilt das gleiche: sie ermöglichen Teilnahme auf noch persönlicherer Ebene. Gesehen und gehört zu werden dient der persönlichen Gesundheit und die Auseinandersetzung mit anderen Meinungen dem eigenen Wachstum.

Sicherlich können Bücher auch Statussymbole sein, und ökologisch gesehen macht es keinen Sinn sie zu kaufen, um sie dann ungelesen ins Regal zu stellen. Das macht es im Verkaufsgespräch umso wichtiger, den Menschen nur das zu empfehlen, was auch nützlich ist und ein schon vorhandenes Bedürfnis erfüllt. Durch ihre sehr lange Nutzungszeit können Bücher, Generationen überdauern und weitergegeben werden. Durch eine antiquarische Buchauswahl (ca. 400 Bücher) tragen wir einer nachhaltigen Buchnutzung Rechnung. Wir werten Bücher nicht als Luxusprodukt.

Knapp 4% unseres Sortiments umfassen Artikel, die die oben genannten Kriterien nicht erfüllen und möglicherweise in den Bereich „Luxus“ fallen. Postkarten, kleine Vasen, Magnete, Stifte, Spiele und Dekoratives. Sie machen Menschen „nur“ Freude und sind für uns finanziell wichtig, da wir leider nicht nur von dem Verkauf von Büchern überleben können, die gesellschaftlich und ökologische Probleme besprechen. Wirtschaftlich ist der Laden nur durch eine Misch-Kalkulation aus Artikeln, die der reinen Unterhaltung dienen und solchen, die Lösungen und Ideen für eine „bessere“ Welt bieten.

Nutzenart:

Erfüllte Bedürfnisse: 90-100%

Statussymbole: 0-10%

Dient der Entwicklung von Menschen: 40% (Schätzung, Anteil Sachbuchbereich)
der Erde: 10% (Schätzung, Anteil der Bücher, die sich mit ökologischen Themen beschäftigen)

löst soziale oder ökologische Probleme: 15% (Schätzung)

Mehrfachnutzen: 95%

Pseudo/hemmender Nutzen: 5%

Negativnutzen: 0%

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Unsere Veranstaltungen (ohne Pandemie ca. zwei im Monat) richten sich an alle Menschen, nicht nur an Kund*innen. Rund die Hälfte der Veranstaltungen hat eine soziokulturelle Ausrichtung, bei der Informationen zu den großen Missständen der Menschheit diskutiert und vorgestellt werden. 2019 waren das neun Veranstaltungen mit den Themen Klimawandel, soziale Gerechtigkeit, Gendergerechtigkeit,

Digitalisierung, sozial-ökologischer Umbau und Antirassismus. 2020 waren es pandemiebedingt nur drei, davon zwei der GWÖ und eine zur Bedeutung sozialer Revolutionen. Unser gesellschaftskritischer Lesekreis fand i.d.R. alle zwei Wochen statt und ist jederzeit offen für neue Menschen.

Wir beteiligen uns jährlich an öffentlichen Aktionen, die außerhalb des Ladens stattfinden, und vergrößern damit die Wirkung in andere Berührungsgruppen deutlich und positionieren uns öffentlich zu politischen Themen wie Klimawandel, Rassismus und Gendergerechtigkeit.

In unserem monatlichen Newsletter wird neben einem Buchtipp über die angesprochenen Aktionen informiert, so auch über den Stand der Gemeinwohlbilanz. Weitere Beispiele: Bücher- und Infotisch bei der 1.-Mai-Demonstration, Mitwirkung und Stand bei „Lesen gegen das Vergessen“ (Gedenktag zur Bücherverbrennung), „Orange your City“ (Gewalt gegen Frauen), Weihnachtsmarktstand mit Büchern ausschließlich zu den Themen Müllvermeidung, Veganismus und Klimaschutz. Zudem gibt es auch subtile Signale in die Branche: z.B. gendergerechte Sprache auf den Publikationen und der Homepage, wir haben uns bisher bewusst nicht am Sonntagsshopping beteiligt, Heiligabend und Silvester bleibt der Laden geschlossen.

Es ist schwer einzuschätzen, wie viele Menschen wir erreichen, da wir darüber keine Forschung betreiben. In den Lesekreisen sind pro Treffen 10-15 Menschen, auf den Veranstaltungen zwischen 20 und 45.

E1.3 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

In unserem Sortiment gibt es keine direkten unethischen Produkte. Es werden jedoch kontroverse Meinungen abgebildet, die auch umstritten sein können. Uns ist es wichtig, vielfältige Stimmen abzubilden. Man kann sich aber vorstellen, dass es durchaus herausfordernd ist, sich als Buchhandlung zu politischen Debatten zu positionieren. Bücher und Verlage mit gewaltverherrlichenden, rassistischen oder demokratiefeindlichen Inhalten befinden sich nicht im Angebot und werden auch nicht bestellt. Zudem versuchen wir bei der Buchauswahl in der Belletristik und besonders im Kinderbuch die vorherrschenden heteronormativen, binären Erzählstrukturen zu brechen und mit entsprechender Auswahl aus dem queeren Spektrum entgegenzuwirken.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Da der Umsatz und der Gewinn der Buchhandlung noch vergleichsweise gering sind (Umsatz 2020: 194.976 Euro Gewinn 2020: 41.058 Euro Euro), ist unsere Steuerlast für das Gemeinwesen ebenfalls gering. Allerdings erhalten wir bis auf das Preisgeld für den Buchhandelspreis 2020 (7.000 Euro) keine weitere Subventionierung. Dem Buchhandelspreis ging eine aufwändige Bewerbung voraus, die auf die Literatur und Kulturförderung der Stadt Bezug nimmt. 2020 gab es durch die Coronapandemie eine Soforthilfe für die angeordnete Ladenschließung von 9.000 Euro, die allerdings nur den Verlust ausgleichen soll und steuerpflichtig zum Gewinn addiert wird.

Das Interesse an gesellschaftlichem Engagement entspricht dem privaten Wertesystem der Inhaberinnen und findet in Form der Veranstaltungen ehrenamtlich statt. Ein Zusatznutzen für das Geschäft ist damit Authentizität und Glaubwürdigkeit

und spiegelt sich im Sachbuchbereich wieder, der dadurch verstärkt wahrgenommen wird.

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Wir zahlen Umsatz- und Gewerbesteuer (ca. 2280 Euro, genaue Zahlen teilt uns das Steuerbüro noch mit, da 2020 noch nicht abgeschlossen ist) und die nötigen SV-Abgaben und Lohnsteuer für Minijobs und Teilzeitkräfte. Dadurch, dass wir nur wenige Arbeitskräfte benötigen und zeitweise auch ohne auskommen, fallen diese Abgaben im Gesamtetat nicht sonderlich ins Gewicht.

Verpflichtende Indikatoren

Umsatz 2020: 194.976 Euro

SV-Abgaben 2020: 2914,08 Euro

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Für alle Veranstaltungen (ca. 8h bis 10h im Monat) arbeiten wir ehrenamtlich. Legt man einen Stundenlohn von 12 Euro zu Grunde, wären das 96 bis 120 Euro im Monat, die dem Gemeinwohl zufließen. Ein monetärer Eigennutzen ist dafür nicht zu erkennen. Es gibt, wie schon gesagt, nur den Nebeneffekt, dass mehr Menschen auf uns aufmerksam werden, die authentisches Handeln und die Auswahl der Themen anzieht. Seit 2012 hat unsere Buchhandlung vielfältige Erfahrungen mit politischer Veranstaltungsorganisation und dem Mitwirken an thematischen Aktionen im öffentlichen Raum. Das Engagement diesbezüglich ist stabil. Strategisch ist es uns im Moment wichtig, ein gutes Netzwerk mit Institutionen zu schaffen, die in eine ähnliche Richtung steuern wie wir. Kooperationen mit zwei Unverpacktläden, einem Bio-Hof und dem Engagement für die GWÖ sollen vertieft und fortgesetzt werden.

Wie stark wir nachhaltige Veränderungen initiieren können, ist schwer zu ermitteln. Ein Erfolg war z.B. das Engagement des Buchhandels gegen das Einschweißen der Bücher, was dazu geführt hat, dass die überwiegende Anzahl der Verlage dies nun unterlässt.

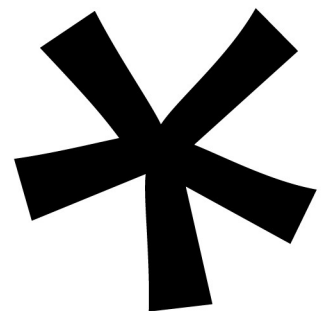
E2.3 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

mondo ist nicht Teil eines internationalen Konzerns, Steuervermeidung geschieht im geringen Maße und gesetzeskonform durch die optimierende Bearbeitung der Steuererklärung durch ein Steuerbüro.

E2.4 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Wir schätzen das Risiko zur Korruption als sehr gering ein.

Parteispenden und Lobbyarbeit finden nicht statt. Wir unterstützen und fördern nur gemeinnützige Vereine (z.B. Seebrücke). Wir wurden 2020 mit dem deutschen Buchhandelspreis subventioniert und haben dementsprechend auch die entsprechende Verpflichtungserklärung unterzeichnet.



E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Wir möchten den Anteil folgender Siegel zum nächsten Bericht steigern: FSC (auf 75%), klimaneutraler Druck (auf 10%), Cradle-to-Cradle (auf 5%), Altpapierdruck (auf 10%) und Vegan-Label, sowie Herstellung in Deutschland (auf 90%).

Die Label und Siegel geben einen guten Hinweis auf die ökologische Verträglichkeit des Buchdrucks. Sie wurden erstmals für diesen Bericht erfasst. Der Branchenvergleich ist bisher nicht möglich, da die Buchhandlungen die Label bei der Inventur i. d. R. nicht erfassen. Eine Recherche und ein Impuls in die Branche ist sinnvoll und angedacht.

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management und Strategie

Ausstoß klimawirksamer Gase: ca. 1kg Co2 pro Buch (Herstellung). Grobe Schätzung: pro Jahr gehen ca. 7800 Bücher über die Theke und setzen produktionsbedingt 7800 kg Co2 frei, hinzu kommen Transport und Lagerung der Bücher → Unsere Strategie: Reduktion durch anteilige Erhöhung mit klimaneutral gedruckten Büchern.

Stromverbrauch im Laden: 3620 kWh (2020), Kosten 1716€

Wasserverbrauch im Laden: nicht relevant, da lediglich die Toilette und zwei Waschbecken genutzt werden

E3.2 Relative Auswirkungen

Hier kommen wir bisher nicht an Zahlen, da dieser Bereich in der Statistik des Börsenvereins nicht vorkommt.

E 3.3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Trifft nicht zu. Allerdings lässt sich das schwer über die von uns vertretenen Verlage bzw. die involvierte Papierproduktion und die Druckereien sagen.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Bei uns ist die Bereitschaft da, und das führte uns auch zu der Entscheidung der Gemeinwohlbilanz, generell alles offen zu legen, was für andere Berührungsgruppen von Interesse ist. Bisher sind wir in unserer Informationspolitik zur Hälfte passiv, zur Hälfte proaktiv. Bestimmte Fakten wie Lieferwege, unser Barsortiment, unsere Einkaufskonditionen, Verdienst der Mitarbeitenden und unsere finanzielle Situation geben wir nur auf Nachfrage preis. Proaktiv sind wir in unserer politischen Haltung, da unsere Werte auf der Homepage, in Interviews und Artikeln klar zum Ausdruck kommen. Bei anderen Berührungsgruppen wird deutlich, dass wir uns weiter in eine soziale, transparente und ökologische Form der Unternehmensentwicklung bewegen möchten, auch wenn dies für Kund*innen z.B. bedeutet, dass dies zu Lasten des Service gehen kann. Beispiele wären längere Lieferzeiten durch Sammelbestellungen, Gebrauchsspuren an den Büchern, die nicht mehr eingeschweißt werden.

E4.1 Transparenz

Durch die Veröffentlichung unseres auditierten Gemeinwohlberichts möchten wir für umfassende Transparenz sorgen, die bisher zwar theoretisch gegeben ist (auf Nachfrage einzelner Berührungsgruppen), aber nicht frei zugänglich oder überprüft.

E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung

Auf unseren Veranstaltungen treten wir mit Kund*innen und dem gesellschaftlichen Umfeld unmittelbar in Dialog. Durch unseren Newsletter und die Social-Media-Kanäle sorgen wir für einen niedrigschwelligen und unkomplizierten Kommunikationsaustausch mit den genannten Berührungsgruppen. Bisher wurde dies vor allem genutzt, um Lob oder Kritik am Sortiment anzubringen, einige Kund*innen bringen auch Vorschläge zu Buchtiteln, Veranstaltungen und Verlagen, die sie im Laden vermissen oder die sie passend finden. Wir besprechen dies im Team und gehen in den Dialog. Die Bereitschaft zum Austausch besteht auch zu den anderen Berührungsgruppen. Mitarbeitende betrachten wir als Teil des Teams und der Ladenentwicklung. Ein umfassender Austausch mit Lieferant*innen und Finanzpartner*innen findet 2-3 Mal im Jahr statt. Bei der Büchergilde sind wir als Genoss*innen auch an größeren Entscheidungen der Verlagsentwicklung beteiligt. Wir planen derzeit einen Podcast, der noch tiefer und persönlicher über die Entwicklungen unsere Buchhandlung informiert.

Wichtige interne unternehmerische Entscheidungen (z.B. Lieferant*innenwechsel, Wechsel der Bank oder des Stromanbieters, Sortimentsentscheidungen), stellen wir in der Regel nicht zur öffentlichen Mitentscheidung. Da diese Aufgaben/Entscheidungen und deren Abwicklung nur durch zwei Menschen erledigt werden, ist dies derzeit organisatorisch nicht möglich und die Auswertung würde uns zeitlich massiv belasten. Bisher gab es Umfragen nur zu Öffnungszeiten und Abholstationen während der Pandemie.

Eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs ist nicht gegeben.

E4.4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

In unseren Büchern gibt es sicherlich auch Thesen und Theorien, die wissenschaftlich noch nicht belegt oder umstritten sind. Dies bewegt sich aber in einem demokratischen, gesetzeskonformen Rahmen der Pressefreiheit. Uns geht es um die Debatte und die Verbindung durch Kommunikation, nicht um die Zensur von ungebetenen Meinungen.