

ZERTIFIZIERT NACHHALTIG & ZUKUNFTSFÄHIG

Analyse – Audit – Zertifizierung (Gütesiegel)

VillaVOON Holding GmbH

April/Mai 2019

Schlussbericht

27.05.2019

Schlussbericht

Nachhaltigkeitsprüfung VillaVOON Hodling GmbH

Inhalt

1	Einführung, Grundsätzliches	S. 01
	Nachhaltigkeitsprüfung gemäß IFNH-Standard	S. 01
2	Ergebnisse	S. 02
	Prüffragen, Management-Interview/Audit, Gesamtergebnis, Zusammenfassung	S. 02
	Nachhaltigkeitsagenda, Zertifizierung	S. 03
3	Anhang	S. 05
	Prüffragen Teil 1 (Wertschöpfung, Umfeld)	S. 05
	Prüffragen Teil 2 (Ökologie/Umwelt, Ökonomie/Wirtschaft, Soziales/Gesellschaft)	S. 13

1 Einführung, Grundsätzliches

Nachhaltigkeitsprüfung gemäß IFNH-Standard

Im Rahmen des Nachhaltigkeits-Checks wurde das Unternehmen VillaVOON Holding GmbH auf seine Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit geprüft. Im Mittelpunkt stand dabei die ausgewogene Evaluierung umweltbezogener, sozialer sowie wirtschaftlicher und wertschöpfungsrelevanter Aspekte.

Die Prüffragen (siehe Anhang, S. 5ff.) wurden zunächst vom Unternehmen im Rahmen einer Selbstauskunft beantwortet und im Anschluss von den Experten des IFNH ausgewertet, kommentiert und im Rahmen eines Management-Interviews bzw. Audits mit der Geschäftsführung sowie Vertretern des Unternehmens besprochen und plausibilitätsgeprüft.

Die IFNH-Nachhaltigkeits-Analyse bewertet grundsätzlich keine Produkte oder Prozesse, sondern ist auf Unternehmen als Ganzes ausgerichtet. Dabei soll nicht ein Unternehmen als nachhaltig und ein anderes an nicht-nachhaltig eingestuft werden, sondern es sollen Potenziale und Wege aufgezeigt werden, um Unternehmen verantwortlich, zukunftsfähig und zugleich wertschöpfend und wirtschaftlich erfolgreich auszurichten.

Der IFNH-Nachhaltigkeits-Check ermöglicht in kurzer Zeit, ohne zeit- und kostenintensive wissenschaftliche Erhebungen und mit geringem Aufwand eine aussagekräftige Bewertung von Unternehmen im Sinne der Nachhaltigkeit und von Wertschöpfungspotenzialen.

2 Ergebnisse

Die VillaVoon Holding GmbH wurde im Zeitraum April/Mai 2019 auf Ihre Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit nach IFNH-Standard geprüft.

Fragenkatalog (Prüffragen)

Dem Unternehmen wurde ein individualisierter Fragenkatalog mit 100 Prüffragen zu den unterschiedlichen Aspekten der Nachhaltigkeit und unternehmerischen Wertschöpfung übermittelt.

Die Beantwortung der Prüffragen (siehe Anhang, S. 5 ff.) ergab, basierend auf Selbstauskünften des Unternehmens, einen hohen vorläufigen Nachhaltigkeitsgrad von 85 Prozent.

Management-Interview (Audit)

Basierend auf der Beantwortung der Prüffragen wurde am 13.05.2019 ein 90-minütiges **Management-Interview** durchgeführt, an dem Vertreter des Unternehmens (GF DI Guido Strohecker und DI Michael Ranegger) sowie von IFNH (Mag. Kurt Lackenbacher, MBA und Christian Telsnig, MSc.) teilnahmen. Im Zuge dieses Audit-Interviews konnte das vorläufige Ergebnis- aufgrund plausibler Darstellungen und Präzisierungen insbesondere zu drei Einzelpunkten (Erläuterungen dazu siehe S. 3) - auf 88 Prozent verbessert werden.

Gesamtergebnis im Überblick

	Bereich	gesamt	Score	%
A	Wertschöpfung	37	37	100%
B	Umfeld	23	21	91%
C	Ökologie	14	12	86%
D	Ökonomie	11	9	82%
E	Soziales	15	9	60%
	Gesamt	100	88	88%

Zusammenfassung der Ergebnisse

- Das Unternehmen schneidet in den Bereichen betriebliche **Wertschöpfung** und **Leistungsangebot** **ausgezeichnet** ab.
 - Einzelne Teilbereiche (beispielsweise Skalierung, Qualität, Personal/Organisation, Datenmanagement oder Finanzierung) wurden im Rahmen des Managementinterviews/Audit hinterfragt, ergänzt und weitestgehend geklärt.
- Das betriebliche **Umfeld**, die **ökologische** und auch **ökonomische Orientierung** können – mit wenigen Einschränkungen – ebenfalls als **sehr gut** bewertet werden.
- Der Bereich **Soziales** schneidet vergleichsweise bzw. deutlich **schlechter** ab. Das liegt insbesondere daran, dass vereinzelt Aspekte der sozialen Verantwortlichkeit unklar bleiben, nicht anwendbar scheinen oder nicht beantwortet werden konnten und der Betrieb kaum weibliche Mitarbeiterinnen beschäftigt und (selbst) keine Lehrlinge ausbildet.
- Insgesamt stellt sich das Unternehmen mit einem **Nachhaltigkeitsgrad von 88 Prozent** – mit nur geringen Einschränkungen – als **besonders nachhaltig und zukunftsfähig** dar und wird mit dem IFNH-**Gütesiegel** ausgezeichnet.
- Potenzieller Verbesserungs- oder **Handlungsbedarf** besteht lediglich in Teilbereichen. Diese wurden im Rahmen des Audits ausreichend angeregt und besprochen (siehe Nachhaltigkeitsagenda, S. 3).

Erläuterungen zur Ergebnisanpassung

- Im Rahmen des Management-Interviews/Audits wurden die vorläufigen Ergebnisse betreffend drei Prüffragen (jeweils eine aus den Bereichen B/Umfeld, D/Ökonomie und E/Soziales) verbessert und berichtet:
 - B5 (lokale/regionale Mitbewerber): das vermeintliche Fehlen direkter regionaler Mitbewerber erscheint auf Grund der Alleinstellung bei konsequenten Komplettlösungen im biologischen Vollholzbau als relativ unproblematisch.
 - D2 (Förderung des regionalen/lokalen Zuzugs von Arbeitskräften und Know-how): dieser Aspekt scheint durchaus gegeben, ist jedoch für ein junges Unternehmen wie VillaVOON noch nicht messbar.
 - E4 (flexible Beschäftigungsmodelle): entsprechende Modelle sind durchaus gegeben und werden durch die direkte Führungsstruktur unterstützt, sind jedoch (noch) nicht formalisiert.

Nachhaltigkeitsagenda

Im Rahmen und im Anschluss an das Management-Interviews wurden gemeinsam mit dem Unternehmen optionale Themen- und Handlungsempfehlungen für eine **Nachhaltigkeitsagenda** angeregt und besprochen, die speziell auf VillaVOON zugeschnittene Maßnahmen umfasst, die dazu beitragen sollen, die Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit des Unternehmens zu unterstützen und zu sichern. Diese Agenda soll einerseits dazu beitragen, Chancen und Stärken zu erkennen und zu nutzen und andererseits helfen, Risiken und Schwachstellen frühzeitig zu erkennen und zu minimieren.

Untern anderem wurden insbesondere fünf Themen für die Nachhaltigkeitsagenda angeregt:

a) Die Story (Story Telling)

Als besonders positiv, zukunftsfähig und nachhaltig ist die „Story“ des Projektes VillaVOON zu beurteilen (vollbiologischer Holzbau, traditionelles Wissen/Handwerk, höchste Qualität, Gesamtlösung, usw.).

Die Story stellt ein überzeugendes und sympathisches Alleinstellungsmerkmal (USP) im Markt dar, das gemeinsam mit den zusätzlich erkannten Potenzialen (z. B. VillaVOON als Bauform für betreutes Wohnen im Seniorenbereich) gegebenenfalls noch stärker als bisher kommuniziert werden könnte.

b) Verpackung, Transport-/Plastikfolien:

Die Verwendung großer Mengen von Plastikfolien als Schutz der Teile und Komponenten während des Transports und die erforderliche Entsorgung dieser Folien stellt ein noch nicht zufriedenstellend gelöstes Problem dar.

Die Lösung könnte wie im Audit besprochen beispielsweise in der Verwendung kompostierbarer Folien liegen. Gemäß dem Unternehmen laufen bereits Projekte mit der TU Graz (Alternativforschung), um entsprechende Lösungen zu entwickeln.

Bis dahin sollte die fachgerechte Entsorgung der an- und abfallenden Plastikfolien von den Baustellen gesichert und in einem entsprechenden Prozess dokumentiert werden.

c) Mögliche Limitierungen

Bei der geplanten Expansion bzw. Skalierung des Geschäftsmodells sind verschiedene Limitierungen und Risiken auszumachen, die jeweils einer besonderen Aufmerksamkeit bedürfen:

- Sicherstellung der äußerst hohen Qualitätsstandards und des speziellen Know-hows für den traditionellen, vollbiologischen Holzbau
- Hohe Spezialisierung und Einsatz von Robotik in der zentralen Fertigung (und in weiterer Folge bei möglichen Franchisepartnern)
- Distanzen von der zentralen Fertigung (bzw. in weiterer Folge von Franchisepartnern) zu den jeweiligen Montagebaustellen

- Mitunter aufwendige Transportlogistik zu den Montagebaustellen (einschließlich Umladen der Teile oder Notwendigkeit alternativer Transportarten hin bis zum Hubschraubereinsatz)

d) Ausbildung von Lehrlingen:

Derzeit bildet das Stammunternehmen keine Lehrlinge aus. Zukünftig sollte jedoch vermehrt darauf geachtet werden. In der geplanten Manufaktur GmbH sollen gemäß dem Unternehmen vermehrt Lehrlinge ausgebildet werden.

e) Anteil an weiblichen Mitarbeiterinnen:

Obschon plausibel dargelegt werden konnte, dass der Anteil an weiblichen Absolventinnen im Bereich Architektur mit nur 15 Prozent sehr gering ist, sollte das Unternehmen dennoch vermehrt darauf achten, mittelfristig einen günstigeren Geschlechter-Mix – nicht zuletzt aus Gründen der geistigen und sozialen Hygiene – zu erreichen.

Durch vermehrte Geschäftstätigkeiten in der Holzverarbeitung und die Kooperation bzw. das geplante Joint Venture in der Manufaktur GmbH, wird sich nach Einschätzung des Unternehmens der Anteil an weiblichen Mitarbeiterinnen sukzessive erhöhen.

Zertifizierung - IFNH Gütesiegel

Den Abschluss bildet die **Zertifizierung** des Unternehmens.

Das Unternehmen VillaVOON Holding GmbH wird mit einem Nachhaltigkeits- und Zukunftsfähigkeitsgrad gemäß IFNH-Standard von 88 Prozent als

- **besonders nachhaltig und zukunftsfähig**

eingestuft und per 27. Mai 2019 mit dem

- **IFNH-Gütesiegel – nachhaltig zukunftsfähig 2020-2021**

ausgezeichnet.

3 Anhang

Prüffragen – Teil 1

Pragmatisch-unternehmerisch, basierend auf dem Shared-Value-Modell

Die Prüffragen A und B orientieren sich an pragmatisch-unternehmerischen Überlegungen und basieren weitgehend auf dem Wertschöpfungsmodell von Michael Porter. Dabei geht es primär um die Analyse des unternehmerischen Nachhaltigkeitsengagements und die damit verbundenen Potenziale zur Steigerung der Wertschöpfungs- und Wettbewerbsfähigkeit. Wir verstehen Wertschöpfung im Sinne der Schaffung eines Mehrwertes als zentrales unternehmerisches Anliegen und Ziel.

Mit jeder Wertschöpfungsaktivität kommt das Unternehmen mit seiner Umwelt in Berührung. Daher soll der **Blick von Innen**, aus dem Unternehmen heraus, **nach Aussen** (Prüffragen Teil A) eine Orientierung ermöglichen und aufzeigen, wie nachhaltig das Unternehmen in welchen Teilbereichen agiert und welche Wertschöpfungspotenziale genutzt werden können.

Unabhängig von den internen Wertschöpfungsprozessen sind Unternehmen jeweils auch in einem bestimmten Umfeld situiert. Auch aus diesem Umstand können Vorteile für die Wertschöpfung generiert und Ausgangspunkte für gesellschaftliches Engagement und nachhaltiges Handeln abgeleitet werden.

Die Betrachtung der **Aussen-nach-Innen-Dimension** (Prüffragen Teil B) ermöglicht in Kombination mit der Innen-nach-Aussen-Sicht eine ganzheitliche Sicht auf das Unternehmen und zeigt die externen Einflussfaktoren im Wettbewerbsumfeld sowie weitere Potenziale für gesellschaftliches und nachhaltiges Engagement auf.

A Wertschöpfung (von Innen nach Aussen)

Leistungsangebot, Produktdesign

1. Sind die Produkte/Angebote des Unternehmens innovativ (handelt es sich um Produktinnovation)?
 Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Bei dem patentierten Holzstecksystem des VillaVOON-Bausystems handelt es sich um eine revolutionäre Produktinnovation.

2. Werden die Produkte bzw. Leistungsangebote umweltgerecht hergestellt bzw. erbracht?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Bei dem VillaVOON Holzbausystem handelt es sich um ein vollbiologisches Produkt, welches als Gesamtkonzept plastikfrei, metallfrei und bindemittelfrei hergestellt wird. Selbst kleinste Baukomponenten (z.B. Fensterfugen) werden ökologisch geprüft und gegebenenfalls durch umweltgerechte Alternativprodukte (Fensterkitt) ersetzt.

3. Sind die Produkte/Leistungsangebote ökologisch (völlig) unbedenklich und umweltgerecht entsorgbar?
 Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Es handelt sich im Grundsystem um ein reines Holz-Stecksystem. Es werden keine Bindemittel eingesetzt. Das Holz wird, wenn nicht vollkommen naturbelassen, mit natürlichen Produkten behandelt – Öle, Kiefernholzteer.

Der zweite große Materialanteil ist Glas und Stein. Glas und Stein sind natürliche Baustoffe und eignen sich gut zur Wiederverwertung.

Wenige Einzelkomponenten von Zulieferunternehmen sind noch mit Kunststoffelementen versehen (Bsp. Kabelisolierung, Verbindungskomponenten von Rohren, Teile in Einrichtungsgegenständen). Das Ziel ist vollkommen auf Kunststoff verzichten zu können – z.B.: geprüfte Kabelisolierung aus Gewebe und Kautschuk.

4. Werden hochwertige Materialien verwendet? Sind die Produkte/Leistungsangebote lang nutzbar bzw. haltbar?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Das Grundsystem ist vollständig aus hochqualitativem Holz. Da das Holz konstruktiv vor stehendem Wasser geschützt wird, ist es sehr lange haltbar. (vgl. dazu alte Bauernhäuser).

5. Sind die verwendeten Materialien/Rohstoffe umweltgerecht wiederverwertbar oder in anderer Funktion weiterverwendbar? Sind die Produkte/Komponenten demontagefreundlich und wird die Verwendung als Sekundärrohstoff (Recycling) unterstützt?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Bis zu einem gewissen Grad demontagefreundlich. Ziel bei Gebäuden ist allerdings die lange Haltbarkeit. Holz kann bedenkenlos wiederverwendet werden.

6. Sind Ihre Produkte reparatur- und wartungsfreundlich?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Die Deckschalen sind so konzipiert, dass diese bei zu starker Beschädigung (Verwitterung) leicht demontierbar sind. Die tragende Schicht wird vor Verwitterung geschützt und soll so lange wie möglich halten.

Beschaffungslogistik

7. Verursacht Ihre Beschaffungs- und Lagerlogistik (aufgrund des Transports oder der Lagerung) negative ökologische Folgen?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Die Transportabläufe werden so kurz wie möglich gehalten. Die einzelnen Produktionswege werden in Zukunft auf einen einzigen Standort reduziert (VillaVOON Manufaktur GmbH).

8. Arbeiten Sie überwiegend mit lokalen/regionalen Partnern und Zulieferern zusammen?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Unsere Partner sind größtenteils aus der Steiermark, teilweise aus Ober- und Niederösterreich und Kärnten. Grundstoff ist heimisches Holz (Österreich).

9. Halten Sie Transport- und Verkehrswege (beschaffungslogistisch) bewusst so kurz und energieeffizient wie möglich?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Durch dieses Netzwerk an Partnern können die Wege kurz gehalten werden. In weiterer Folge wird der Herstellungsprozess optimiert. Ziel ist die vollständige Vorfertigung an einem Standort. Bei einer Internationalisierung werden Franchise Konzepte angedacht. Für die Philosophie ist ein lokales Netzwerk vor Ort unbedingt notwendig.

IFNH:

Die geplante Skalierung bzw. Internationalisierung mittels Partnernetzwerk und die Vorfertigung an einem zentralen Standort, das zentrale Netzwerk vor Ort und das angedachte Franchise-Konzept sind nachvollziehbar, bergen aber ggfs. beträchtliche Herausforderungen und Risiken?

10. Arbeiten Sie mit Partnern oder Lieferanten in Billiglohn- oder Billigproduktionsländern zusammen und/oder pflegen Sie Geschäftsbeziehungen zu Ländern in denen Menschenrechte missachtet, unmenschliche Arbeitsbedingungen oder Korruption herrschen?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Grundsätzlich gibt es keine Zulieferer jenseits von Österreich und Deutschland.

11. Werden (ausschließlich oder zumindest überwiegend) umweltfreundliche Materialien, Komponenten und Hilfsstoffe bezogen und verwendet?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Siehe Frage A3

12. Werden (überwiegend) erneuerbare Ressourcen verwendet?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Grundrohstoff ist die erneuerbare Ressource Holz. Aus Abfallprodukten (Beispiel Abfall aus dem Herstellungsprozess) kann in Form von Biomasse Energie gewonnen werden.

Interne betriebliche Abläufe (Produktion, Qualität)

13. Ist das Unternehmen umweltfreundlich und werden im Rahmen der Leistungserstellung/Produktion Schadstoffemissionen, Abfall, Müll, Entsorgungsprobleme und Lärm vermieden bzw. minimiert?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Da die VillaVOON Holding GmbH den starken Fokus auf Nachhaltigkeit und umweltschonende Materialien und Verarbeitung legt, wird natürlich auch in der Unternehmensentwicklung besonders auf umweltschonende Abläufe geachtet. Da das Unternehmen noch sehr jung ist, ist das natürlich ein Entwicklungsprozess mit laufendem Verbesserungspotenzial

14. Resultiert aus der Wertschöpfungskette in ihrem Unternehmen ein hoher Energie-, Wasser- oder sonstiger Ressourcenverbrauch?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Nein. Im Vergleich zu einem konventionellen Gebäude mit der mehrschaligen Bauweise und dem erhöhten Ressourcenaufwand sind die Abläufe bei der VillaVOON weit ressourcenschonender.

Da der nachwachsende Rohstoff Holz der Hauptbaustoff der VillaVOON ist, wird dieser natürlich in entsprechender Menge benötigt. In der Region Österreich und auch in ganz Europa führt dies, durch die großen Zuwachsmenge und der dabei vergleichsweise sehr geringen Entnahme zu keinerlei Problemen.

15. Gibt es Programme, um den Energie-, Wasser- oder sonstige Ressourcenverbrauch im Unternehmen zu senken?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Ja, durch die Prozessoptimierung im Herstellungsbereich auf wenige Maschinen und in ein einziges Material für den gesamten Gebäudezyklus reduziert sich der allgemeine Ressourcenverbrauch auf ein absolutes Minimum.

16. Ist eine hohe Material- und Ressourcenausnutzung gewährleistet (z. B. Verschnittoptimierung)?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Da im ganzen Gebäude mit sehr hochwertigen Materialien gearbeitet wird, ist es neben dem Thema der Nachhaltigkeit auch im Sinne der Wirtschaftlichkeit notwendig, schonend mit dem Material umzugehen - Optimierung im Bereich der Materialausnutzung.

17. Werden am Betriebsstandort oder bei Zulieferern gefährliche, toxische oder umweltschädliche Bestandteile, Rohstoffe, Hilfsstoffe, Materialien oder Problemstoffe verwendet?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

18. Werden Umweltwirkungen, die während der Ressourcengewinnung, Produktion, Nutzungsphase und Entsorgung resultieren (zumindest ansatzweise) erfasst?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Teilweise kann hier auf Erfahrungswerte zurückgegriffen werden. In der Nutzungsphase wird dies vor allem an Prototypen beobachtet werden. Ziel ist in weiterer Folge die Bauweise noch weiter zu optimieren.

IFNH:

Wie soll/kann die Erfassung der gesamten Umweltwirkungen erfolgen? In welcher Hinsicht kann/soll die Bauweise noch weiter verbessert werden?

Transport Logistik, Aufbau/Montage

19. Sind die Verpackungen ihrer Produkte (für den Transport) und deren Beseitigung umweltfreundlich gestaltet?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Teilweise wird keine Verpackung benötigt. Außerdem wird aktuell nach Partnerunternehmen im Bereich abbaubarer Verpackungsfolien gesucht, um auch die notwendige Verpackung vollkommen ökologisch zu gestalten.

IFNH:

Das Thema Verpackungsfolien scheint vorerst eine noch ungelöste Herausforderung darzustellen?

20. Wird auf einen umweltschonenden Transport geachtet, um negative ökologische Auswirkungen zu vermeiden (bei der An- und Auslieferung von Waren/Materialien/Komponenten/Produkten)?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Ja, sämtliche Wege werden kurz gehalten.

21. Ergeben sich negative ökologische Auswirkungen durch die Montage (den Aufbau) ihrer Produkte vor Ort beim Kunden?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkung:

Minimaler Eintrag durch den Einsatz eines LKWs inkl. kleinen Lastenkrans für das Heben der Rahmenelemente. Der Zusammenbau erfolgt händisch und mit elektrischen Gerätschaften.

22. Werden gebrauchte oder nicht mehr benötigte Produkte, Komponenten, Materialien und Betriebsmittel fachgerecht entsorgt und einer Wiederverwertung zugeführt?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Organisation und Personal

23. Ist eine hohe Arbeitssicherheit für Ihre Mitarbeiter durch spezielle Maßnahmen und Vorkehrungen gegeben?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

IFNH:

Diese Frage zielt auf Arbeits(platz)sicherheit ebenso wie auf die Sicherheit bei der Arbeit und die Vermeidung von Arbeits- bzw. Betriebsunfällen ab und wäre entsprechend zu ergänzen.

24. Bestehen Anreizsysteme zur Beteiligung der Mitarbeiter am Unternehmenserfolg?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

25. Werden Maßnahmen zur Gesundheitsvorsorge der Mitarbeiter getroffen (Sportangebote, Obst, Getränke)?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

IFNH:

Welche konkreten Maßnahmen zur betrieblichen Gesundheitsvorsorge gibt es?[Stichprobe 1]

26. Wird die Zufriedenheit und Motivation der Mitarbeiter regelmäßig erhoben?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

IFNH:

Wie wird die Mitarbeiterzufriedenheit erhoben?[Stichprobe 2]

27. Existiert ein Vorschlagswesen für Verbesserungsvorschläge zu innerbetrieblichen Abläufen (kontinuierliche Verbesserungsprozesse betreffend umweltrelevante, soziale und wirtschaftliche Aspekte)?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Vorschläge werden im Unternehmen laufend eingebracht.

Marketing, Vertrieb und Kommunikation

28. Sind die Marketing- und Werbebotschaften wahrheitsgetreu, verantwortungsbewusst und transparent?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Ja, vor allem im direkten Kontakt mit dem Kunden muss die gesamte Abwicklung transparent gehalten werden. Dies wird auch in der Bauabwicklung ersichtlich.

29. Werden die Anspruchs-/Interessensgruppen (Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten/Partner, Bevölkerung) transparent und regelmäßig über umweltrelevante, soziale und wirtschaftliche Themen informiert. Wird ein freiwilliger Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Interessengruppen werden nicht speziell über einen Nachhaltigkeitsbericht informiert. Allerdings gibt es laufend Marketing und Informationen dazu. Nachhaltigkeitsberichte werden angedacht.

IFNH:

Können die Marketinginformationen den Anspruch auf Transparenz, Vollständigkeit und Regelmäßigkeit weitgehend erfüllen? Ein freiwilliger Nachhaltigkeitsbericht geht in den Details und Erhebungen weit über eine entsprechende Marketinginformation hinaus.

30. Bekennt sich das Unternehmen zu einer nachhaltigen Wirtschaftsweise; gibt es ein entsprechendes Leitbild und wird diese entsprechend kommuniziert (z. B. auf der Webseite)?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Ja, es wird auch ständig optimiert. Spiegelt sich in der generellen Projekt/Produktphilosophie wider.

IFNH:

In welcher Form, wie und wo wird das Leitbild explizit kommuniziert? Was sind die Kernaussagen?

31. Ist die Preispolitik fair und transparent, ohne Diskriminierung von Kundengruppen, ohne Preisabsprachen und intransparente Vergünstigungen?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Jeder Endkunde wird gleich behandelt.

32. Werden die Kunden umfassend, offen und transparent informiert?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

33. Wird achtsam mit Kundendaten umgegangen und wird die Privatsphäre der Kunden respektiert?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

IT

34. Geht das Unternehmen nachhaltig (verantwortlich) mit digitalen Daten und Informationen um (Datengenerierung, Speicherung, Datenschutz, Datenanalyse)?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Dies ist auch zum Schutz unseres Know-hows wichtig.

IFNH: {betr. A34 und A35}

Welche Daten werden wie und warum gesammelt? Wie und wo werden diese gespeichert (lokal, interne

Server, externe Server/Cloud)? Welche IT-Infrastruktur/Architektur (HW/SW) ist vorhanden bzw. was wird benötigt? Werden Passwörter systematisch und sicher gespeichert? [Stichprobe 3]

35. Gibt es im Betrieb ein entsprechend implementiertes und dokumentiertes Datenmanagementsystem?
 Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Das Büro ist mit dem Programm „Unterm Strich“ ausgestattet – Datenerfassung und Controlling Software.

Finanzierung

36. Ist das Unternehmen nachhaltig (langfristig, ausgewogen und stabil) finanziert – und verfügt es über eine Kapitalstruktur mit ausreichender Eigenkapitalquote und geringer Verschuldung?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Die Auskoppelung der VillaVOON Holding (Stammunternehmen Strohecker Architekten) ist ein sehr junges Unternehmen – Einzelbereiche müssen sich noch entwickeln.

IFNH: [betr. A36 und A37]

In diesem Zusammenhang soll noch einmal kurz auf die aktuelle und angedachte Struktur und Finanzierung der einzelnen Bereiche, Organisationen (rechtl. Einheiten) und Partnernetzwerke eingegangen werden.

37. Verfügt das Unternehmen über eine ausreichende Innenfinanzierungskraft und Liquidität?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Gesamtscore - A: 37 von 37 Punkten = 100 %

B Umfeld (Aussen-nach-Innen-Dimension)

1. Sind verwandte, komplementäre oder unterstützende Branchen lokal/regional vorhanden?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

2. Gibt es einen lokalen/regionalen Branchen-Cluster, der speziell für ihr Geschäft von Bedeutung ist?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Holzcluster, CIS, Pro Holz

3. Sind wichtige Zulieferer und Partnerbetriebe lokal/regional (möglichst nahe) verfügbar?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Grundsätzlich sind alle Partnerunternehmen in Österreich (vorrangig Stmk, aber auch NÖ, ÖO und Ktn)

4. Sind wichtige Zulieferer, Lieferanten und Partner den Prinzipien der Nachhaltigkeit verpflichtet?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Die Partnerunternehmen sind nach diesen Kriterien aussucht, da sonst unsere Philosophie nicht erfüllt werden kann. Nachhaltigkeitskonzepte, welche im Hintergrund vollzogen werden, werden von uns nicht direkt geprüft.

IFNH:

Mit welchen einfachen Maßnahmen könnte man hier mehr Gewissheit schaffen?

5. Sind direkte Mitbewerber lokal/regional ansässig?

Ja Weiß nicht Nein

Anm.: wurde im Audit von Nein auf Neutral geändert!

Anmerkungen:

Durch das Alleinstellungsmerkmal unseres Konzeptes gibt es keinen direkten Mitbewerber.

IFNH:

Direkte Mitbewerber sind grundsätzlich positiv zu beurteilen. Ist eine komplette Alleinstellung dauerhaft gewünscht und vorteilhaft?

6. Gibt es lokal/regional genügend qualifizierte Mitarbeiter?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

7. Wird das Unternehmen lokal/regional als attraktiver Arbeitgeber angesehen?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Es gibt diesbezüglich keine Erfassung.

IFNH;

Aufgrund des attraktiven Produktes und Geschäftsgegenstandes dürfte es eigentlich nicht schwer fallen, als attraktiver Arbeitgeber zu gelten? Warum sollte man sich da nicht sicher sein?

8. Ist der Unternehmensstandort mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

9. Hat das Unternehmen Zugang zu Forschungseinrichtungen, Hochschulen und Universitäten?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Als direkter Partner fungiert die holzbau forchungs gmbh bzw. das Institut für Holzbau und Holztechnologie (TU Graz).

10. Hat das Unternehmen ausreichenden, wettbewerbsfähigen und kostengünstigen Zugang zu benötigten natürlichen Ressourcen, Materialien und Rohstoffen (z. B. Holz)?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

11. Ist eine ausreichende und wettbewerbsfähige, physikalische Infrastruktur am Unternehmensstandort vorhanden?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

12. Kann die Infrastruktur und Kapazität am bestehenden Standort oder bei wichtigen Zulieferern bzw. Partnern im Bedarfsfall weiter ausgebaut oder ggfs. auch reduziert werden?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Unsere Partner sind aktuell nicht direkt von uns abhängig – je nach Auftragslage kann darauf mit Umschichtungen reagiert werden.

IFNH:

Wie kann man bei Partnern Ressourcen für einen möglichen Ramp-up sichern, wenn diese überwiegend/primär mit anderen Aufgaben beschäftigt sind? Die Expansionsstrategie über Partnerressourcen ist nachvollziehbar, birgt aber gewisse Risiken.

13. Ist am Standort des Unternehmens oder bei wichtigen Partnern ein fairer und ungehinderter Wettbewerb gesichert, besteht Rechtsstaatlichkeit und ist geistiges Eigentum ausreichend geschützt?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

14. Hat das Unternehmen am aktuellen Standort Zugang zu ausreichenden Finanzierungsmöglichkeiten, insbesondere auch zu Förderdarlehen und -zuschüssen?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

15. Ist im lokalen, kommunalen und regionalen Umfeld des Unternehmens ein unternehmensfreundliches Klima gegeben (Bürokratie, Verfahren, Genehmigungen, Auflagen, usw.)?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

16. Sind dem Unternehmen alle bzw. die wesentlichen lokalen/regionalen Stakeholder (Interessens- und Anspruchsgruppen wie Eigentümer, Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, Bevölkerung/Anwohner, Umwelt, usw.) sowie deren Hauptanliegen bekannt?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

17. Ist eine transparente und kontinuierliche Unternehmenskommunikation und Berichterstattung mit den unterschiedlichen Interessens- und Anspruchsgruppen gewährleistet?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

IFNH:

Wie und mittels welcher Maßnahmen geschieht das? [Stichprobe 4]

18. Wird das Unternehmen als positiv, partnerschaftlich und verantwortlich wahrgenommen – und gibt es Maßnahmen zur Ermittlung der Wahrnehmung bei Kunden und im öffentlichen Raum?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Ja, das Unternehmen wird sehr positiv wahrgenommen. Es gibt aktuell keine direkte Maßnahmen zur Ermittlung.

IFNH:

Welche Maßnahmen könnten ergriffen werden, um diese positive Wahrnehmung zu ermitteln und verstärkt zu kommunizieren?

19. Gibt es bestehende oder drohende Rechtsstreitigkeiten (z. B. mit Anwohnern, Behörden oder Mitbewerbern)?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

20. Bestehen leistungsorientierte Anreizsysteme und kann Korruption oder Vetternwirtschaft im nahen Umfeld des Unternehmens ausgeschlossen werden?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

21. Gibt es eine qualitative lokale/regionale Nachfrage nach den Produkten des Unternehmens und kann diese quantitativ gesteigert werden?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

22. Sind direkte Kunden für die Angebote des Unternehmens lokal/regional verfügbar und adressierbar?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Ja, der Kundenstock wird sukzessive aufgebaut (Das Unternehmen ist noch sehr jung)

23. Gibt es besondere lokale/regionale Bedürfnisse die vom Unternehmen befriedigt werden können?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Die Bedürfnisse eines vollständig ökologischen Bauens aber auch die entsprechende Lebensweise können mit unserem Produkt/Projekt sehr gut befriedigt werden. Durch den zunehmenden Leistungsdruck und dem damit verbundenen Stress wird es in Zukunft immer wichtiger, Rückzugsorte zu generieren. Schon jetzt ist ein Trend bzw. eine Rückbesinnung zur Natur spürbar. Die VillaVOON wird durch die vollkommen biologische und plastikfreie Bauweise und dem damit verbundenen Lifestyle zu einem dieser Rückzugsorte.

IFNH:

Die beschriebenen Bedürfnisse (und die Story) erscheinen als Schlüsselbotschaften und könnten/sollten ggfs. noch stärker kommuniziert werden?

Gesamtscore - B: 21 von 23 Punkten = **91 %**

Prüffragen – Teil 2

basierend auf dem 3-Säulen-Modell

Die Prüffragen Teil 2 (C bis E) basieren auf dem bewährten und allgemein akzeptierten 3-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit und liefern ergänzend zur konkreten Sicht auf die Wertschöpfungs- und Umfeldsituation einen ausgewogenen Überblick über das Unternehmen im Lichte der unterschiedlichen Dimensionen der Nachhaltigkeit – Umwelt, Soziales, Wirtschaft – sowie deren jeweilige Wirkungen und Vernetzung.

C Ökologie/Umwelt

1. Resultieren aus der Geschäftstätigkeit negative Auswirkungen auf die Umwelt?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Emissionen auf die Umwelt werden sowohl durch die Grundkonzeption und durch die Logistik minimiert.

2. Trägt das Unternehmen aktiv dazu bei, Umweltprobleme zu lösen oder zu vermindern?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Im herkömmlichen Bauen findet man eine Reihe an problematischen Stoffen (Kunststoffe usw.). In der neuartigen Bauweise der VillaVOON werden diese „Problemstoffe“ nicht eingesetzt.

3. Verursacht das Unternehmen Schadstoffeinträge in Luft, Wasser oder Boden?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

4. Gibt es Programme zur Reduktion von Lärm (Verkehrslärm, Maschinenlärm, usw.)?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Natürlich wird bei jeglichen Tätigkeiten auf den Gesundheitsschutz der Mitarbeiter geachtet.

IFNH:

Spielt Lärm (überhaupt) eine große Rolle und wenn ja in welchen Bereichen?

5. Wird Müll bzw. Abfall getrennt bzw. vermieden und ggfs. umweltgerecht entsorgt?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

6. Trägt das Unternehmen dazu bei, Infrastruktur-, Raumordnungs- oder Siedlungsprobleme (Verkehrsprobleme, Energieversorgungsprobleme, Wasserversorgung, usw.) zu lösen oder zu vermindern?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Durch die Tätigkeit des Stammunternehmens (Strohecker Architekten) im Bereich von Architektur und Städtebau werden natürlich auch diese Themen behandelt.

7. Unterstützt das Unternehmen den schonenden Umgang mit Grund und Boden sowie mit natürlichen Ressourcen?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Aufgrund der Pfahlgründung wird der bestehende Boden so wenig wie möglich geschädigt. (kein Keller)

8. Trägt das Unternehmen zur Ressourcenschonung und Energieeffizienz bei und gibt es entsprechende Programme (z. B. CO₂ neutrale Heizung, LED-Beleuchtung, Wärmedämmung, E-Motoren, usw.)?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

In der Philosophie der VillaVOON wird speziell darauf geachtet.

9. Wird der Verbrauch von nicht regenerierbaren Stoffen (z.B. Plastik aus Erdöl) minimiert und die Verwendung von erneuerbaren Ressourcen (z. B. Holz, Solarenergie) forciert?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Siehe Beantwortung oben.

10. Wird Ökostrom bezogen oder selbst produziert?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Die VillaVOON ist in der Basisausstattung mit einer Luftwärmepumpe angedacht – diese kann natürlich durch Photovoltaik ergänzt werden. Auch bei den Partnerunternehmen wird Strom aus PV bezogen.

11. Werden umweltgerechte Verkehrs-/Transportformen (E-Mobilität, öffentlicher Verkehr, usw.) forciert?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Angedacht ist es, jede VillaVOON mit einem Anschluss für E-Fahrzeuge und E-Bikes auszustatten.

IFNH:

Die Frage wäre nicht mit ja zu beantworten, wenn das Thema bislang nur angedacht ist. Wie sieht es diesbezüglich im betrieblichen Umfeld des Unternehmens aus?

12. Werden Umweltgefahren und Risikopotenziale (gefährliche Stoffe usw.) minimiert?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

13. Trägt das Unternehmen zu Gesundheit und Wohlbefinden von Mitarbeitern und der Bevölkerung bei?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Eine gesunde ökologische Bauweise ist das Hauptziel des Projektes.

14. Fördert das Unternehmen mit seinen Angeboten den Umstieg auf sozial- und umweltgerecht produzierte Produkte?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Gesamtscore - C: 12 von 14 Punkten = 86 %

D Ökonomie/Wirtschaft

1. Trägt das Unternehmen aktiv zur Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen bei?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

2. Werden durch die Tätigkeit des Unternehmens ein lokaler/regionaler Zuzug von qualifizierten Arbeitskräften und ein Zufluss von Know-how und Kapital unterstützt?

Ja Weiß nicht Nein

Anm.: wurde im Audit von Neutral auf Ja geändert!

Anmerkungen:

Da das Unternehmen noch sehr jung ist, ist eine konkrete Aussage relativ schwierig.

IFNH:

Sollte im Falle von VillaVOON eigentlich fast von selber passieren?

3. Werden durch das Unternehmens regionale und überregionale Kooperationen in der Wirtschaft angeregt?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Schon in den ersten Schritten des Unternehmens entstanden Partnerschaften und Netzwerke mit Unternehmen und Organisationen in ganz Österreich.

4. Verbessert das Unternehmen die Vielfalt der Branchen und Dienstleistungen und damit das Produktangebot in der Region?
 Ja Weiß nicht Nein
Anmerkungen:
5. Regt das Unternehmen/Geschäftsmodell zu Existenzgründungen in der Region an?
 Ja Weiß nicht Nein
Anmerkungen:
Da das Unternehmen noch sehr jung ist, ist eine konkrete Aussage relativ schwierig.
6. Führt das Geschäftsmodell bzw. die Wertschöpfungskette zu Innovationen in der Region?
 Ja Weiß nicht Nein
Anmerkungen:
Durch die Nachfrage an nachhaltigen und plastikfreien Produkten werden auch Partner angeregt, bestehende Produkte und Abläufe zu überdenken und neu zu konzipieren.
7. Stärkt das Unternehmen die regionale Besonderheit und Identität?
 Ja Weiß nicht Nein
Anmerkungen:
8. Trägt das Unternehmen zur Verbesserung der Standortqualität bei?
 Ja Weiß nicht Nein
Anmerkungen:
Grundsätzlich ja. Da das Unternehmen noch sehr jung ist, ist eine konkrete Aussage relativ schwierig.
9. Unterstützt das Unternehmen die lokale und regionale Wertschöpfungskette?
 Ja Weiß nicht Nein
Anmerkungen:
10. Forciert das Unternehmen den regionalen, saisonalen, biologischen und fairen Ein- bzw. Zukauf von Waren von nachhaltig orientierten Anbietern?
 Ja Weiß nicht Nein
Anmerkungen:
Siehe Antwort D6.
11. Fördert das Unternehmen die Herstellung von sozial ausgewogen und umweltgerecht produzierten Produkten?
 Ja Weiß nicht Nein
Anmerkungen:
Siehe Antwort D6.

Gesamtscore - D: 9 von 11 Punkten = 82 %

E Soziales/Gesellschaft

1. Trägt das Unternehmen durch Wertschöpfung und die Schaffung bzw. Sicherung von Arbeitsplätzen (direkt) zur materiellen Existenzsicherung und sozialen Stabilität in der Region bei?
 Ja Weiß nicht Nein
Anmerkungen:
2. Verfügt das Unternehmen über hohe und langfristige Mitarbeiterbindung und geringe Personalfuktuation?
 Ja Weiß nicht Nein
Anmerkungen:

Da die Entwicklung mit einem hohen Know-how verbunden ist, ist eine langfristige Mitarbeiterbindung eines der Hauptziele im Personalmanagement.

3. Bildet das Unternehmen Lehrlinge aus?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Das Stammunternehmen (VillaVOON Holding) nicht. Im Bereich der Manufaktur werden Lehrlinge ausgebildet (Bsp. Partnerunternehmen Fa. Kamper).

IFNH:

Gibt es zumindest Pläne, Lehrlinge im Stammunternehmen auszubilden?

4. Bietet das Unternehmen flexible Beschäftigungsmodelle an: z. B. Gleitzeit für erziehende Elternteile, Beschäftigungsmöglichkeiten für ältere Menschen, Langzeitarbeitslose, Personen aus Randgruppen oder mit Beeinträchtigung, Praktika für Schüler und Studenten, usf.?

Ja Weiß nicht Nein *Anm.: wurde im Audit von Ja und Nein auf Neutral geändert!*

Anmerkungen:

Durch die relativ direkte Personalstruktur können allerdings Sondervereinbarungen mit dem CEO getroffen werden.

IFNH:

Auch wenn die Unternehmensgruppe eine sehr direkte Personalstruktur aufweist, würde man durchaus etablierte flexible Modelle erwarten?

5. Gibt es regelmäßige Betriebsveranstaltungen (Firmenfeiern, Ausflüge, Sport, usf.)?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Firmenausflüge, sportliche Events, kleine Feierlichkeiten.

6. Steigert das Unternehmen die Lebens- und Wohnqualität der Bevölkerung in der Region?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Es gibt keine Untersuchungen diesbezüglich.

7. Unterstützt das Unternehmen das bürgergesellschaftliche Engagement in ehrenamtlichen Tätigkeiten und im Vereinsleben (z. B. Feuerwehr, Sport-, Kultur- und Sozialvereine)?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

8. Setzt das Unternehmen konkrete Schritte, um das Miteinander, die Integration und Vernetzung von Generationen, Geschlechtern oder Randgruppen zu fördern?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Da „Ja“ bezieht sich auf die firmeninterne Förderung von Mitarbeitern und Kollegen und Partnern.

IFNH:

Welche konkreten Schritte sind hier gemeint? [Stichprobe 5]

9. Gibt es konkrete Programme und Maßnahmen für die Aus- und Weiterbildung bzw. Verbesserung der Qualifikation der Mitarbeiter?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Es werden laufend Schulungen angeboten und wahrgenommen.

10. Wird die Gesundheit und Gesundheitsvorsorge der Mitarbeiter unterstützt?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

11. Gibt es ein relativ ausgewogenes (zumindest branchenübliches) Verhältnis von weiblichen und männlichen Mitarbeitern?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Grundsätzlich wird es angestrebt, aktuell jedoch nicht.

IFNH:

Gibt es konkrete Maßnahmen/Bestrebungen, dieses Missverhältnis auszugleichen? Dieser Umstand erscheint zwar wirtschaftlich unkritisch und vermutlich überwiegend der Domäne geschuldet, sollte aber aus Gründen der Zukunftsfähigkeit und aus Marketing/PR-Überlegungen bedacht werden.

12. Fördert das Unternehmen die Vielfalt, Toleranz und Solidarität in der Region?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

IFNH:

Gefragt wird hier, ob das Unternehmen aktiv und konkret zu diesen Themen beiträgt?

13. Trägt das Unternehmen zur stärkeren Identifikation mit dem lokalen/regionalen Lebensraum bei?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

14. Fördert das Unternehmen Eigeninitiative und trägt es zur Nachbarschaftshilfe bei?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

15. Wird ein wertschätzender Umgang untereinander (auch betreffend der politischen Kultur) unterstützt?

Ja Weiß nicht Nein

Anmerkungen:

Gesamtscore - E: 9 von 15 Punkten = 60 %