

# Eine Kurzpräsentation des Unternehmens St. Virgil Salzburg

Die offizielle Bezeichnung lautet auf „St. Virgil Salzburg“. Das Unternehmen erhielt seine Rechtspersönlichkeit vom Unterrichtsministerium verliehen und ist eine eigenständige Körperschaft öffentlichen Rechts der Kirche. St. Virgil Salzburg ist ein eigenständiges Unternehmen ohne weitere Teilorganisationen. Die Erzdiözese Salzburg ist der Träger. Der Firmensitz ist Salzburg. Wir arbeiten in den offiziellen Branchen Erwachsenenbildung sowie Hotel und Gastronomie. Weiters sind wir als Konferenzzentrum aktiv. Wir bilden alle notwendigen Daten und Informationen auf unserer Website [www.virgil.at](http://www.virgil.at) ab.

In diesem Bericht wird über die Wirtschaftsjahre 1.1.2016 bis 31.12.2017 berichtet. Die wirtschaftlichen Zahlen sind den entsprechenden Bilanzen entnommen. Da dieser Zeitraum schon weit zurück liegt, wurden teilweise Hinweise auf gravierende Änderungen gegeben.

St. Virgil Salzburg ist eine Einrichtung der allgemeinen Erwachsenenbildung, getragen von der Erzdiözese Salzburg. In diesem Segment sind wir für rund 400 Veranstaltungen unterschiedlicher Formate im Jahr verantwortlich. Von universitären Lehrgängen bis zu Abendvorträgen, von ein- oder mehrtägigen Seminaren bis zu offenen Gruppen sind verschiedenste Formen des Lernens in St. Virgil möglich. Dabei soll ein christliches Weltbild im Hintergrund stehen, die Menschen aber dort abgeholt werden, wo sie gerade unterwegs sind. Als Einrichtung der Erwachsenenbildung sind wir auch für Stadt und Land Salzburg und auch geografisch darüber hinaus tätig.

Weiters dient St. Virgil als Konferenzzentrum und Hotel mit eigener Gastronomie. In diesem Zusammenhang bieten wir unsere Infrastruktur und Organisationskompetenz am freien Markt an. Dabei sind unsere Zielgruppen vor allem Unternehmen und Einrichtungen die im weitesten Sinne Bildung veranstalten. Auf diesem Segment haben wir weitere ca. 800 Veranstaltungen im Jahr. Im Hotel erbringen wir um die 22.000 Nächtigungen.

Auch als Kunstraum tritt St. Virgil auf. Der Kunstraum als Ort bietet ca. 4 Ausstellungen im Jahr Platz. Das Haus ist in seiner Architektur Kunstraum auch mit fixen Kunstwerken. Die Vergabe des Kardinal-König-Kunstpreises findet alle zwei Jahre statt. Der besondere Fokus unserer Arbeit im Kunstraum ist die Kommunikation zwischen Kunst und Kirche.

	2017	2016
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	55	49
Vollzeitäquivalente:	42	41
Saison- oder Zeitarbeitende:	keine	keine
Umsatz:	3,4 Mio	3,2 Mio
Jahresüberschuss:	- 235.000,--	-85.000,--

## Produkte / Dienstleistungen

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz
Erwachsenenbildung	32%
Lehrgänge	
Universitätslehrgänge	
Seminare	
Vorträge	
Tagungen	
Hotel	32%
Eigene Bildungsveranstaltungen	
Kulturgruppen	
Einzelgäste	
Gastronomie	30%
Versorgung aller o.a. Gruppen	
Feiern und Feste	
Konferenzzentrum	6%
Kirchliche Veranstalter	
Gemeinnützige Veranstalter	
Freier Markt	

## Das Unternehmen und Gemeinwohl

St. Virgil Salzburg ist vom Grunde her eine Einrichtung, die erwachsenen Menschen in der Bewältigung von Lebensfragen unterstützen will. Dazu werden verschiedenartige Weiterbildungen angeboten, die die Betroffenen oder Multiplikator/innen aus den Bereichen fördern. Weiters bietet das Haus auch Gruppen, die von außen kommen und die Infrastruktur und die Dienstleistungen nutzen wollen, gastfreundschaftlich Heimat. Allen Aktivitäten liegen ein dialogisches Prinzip und ein christliches Weltbild zu Grunde. Daher sind viele Gedanken der Gemeinwohlökonomie schon in unseren Leitgedanken und im Leitbild verankert.

St. Virgil hat eine intensive partizipative Arbeit am Leitbild und die Verankerung im Qualitätsmanagement (2006) hinter sich. Für das Qualitätsmanagement hat sich St. Virgil für LQW (Lernorientierte Qualität in der Weiterbildung) entschieden (seit 2019 SQS).

In einigen Bereichen dieses Berichtes (vor allem Umwelt und Sicherheit) ist EMAS wesentlich für die Bewertungen. St. Virgil ist bereits seit 2006 nach EMAS (Europäisches Umweltmanagement) zertifiziert. Die Zertifizierung fand zuerst alle 3 Jahre statt. Dann gab es die Möglichkeit für Kleinunternehmen und Unternehmen mit geringer Umweltgefahr auf einen 4-Jahres-Zyklus umzustellen. Dies haben wir getan, allerdings ist dazu nach 2 Jahren eine Zwischenevaluierung notwendig. Alle Überprüfungen erfolgen durch unabhängige Fachgutachter. Ziele von EMAS sind die Feststellung und Überprüfung des Istzustandes, die Etablierung eines Managementsystems, welches (umwelt-)verantwortliches Handeln systematisiert und eine kontinuierliche Verbesserung fordert. Durch die Arbeit mit EMAS ist u. a. dokumentiert, dass alle Vorschriften und Gesetze (außer finanzrechtliche) eingehalten werden. Als letztes qualitatives Kriterium dieses Systems ist eine verpflichtende Veröffentlichung der Daten, Maßnahmen und Ergebnisse in einer Umwelterklärung. EMAS liefert kein umweltrelevantes „Punkteergebnis“ oder einen Fußabdruck mit genauen Daten. Unsere entsprechenden Daten sind auf unserer Homepage unter „Umweltarbeit“ veröffentlicht (<http://www.virgil.at/de/ueberuns/umweltarbeit-in-st-virgil>).

Für die GWÖ ist der Wirtschaftsdirektor, Ing. Reinhard Weinmüller, verantwortlich, er ist auch der Umweltbeauftragte von EMAS.

St. Virgil ist Vereinsmitglied der GWÖ Österreich. Die erste Peerevaluierung wurde mit dem Terra-Institut abgewickelt. Die Weiterentwicklung zur ersten extern geprüften Gemeinwohlbilanz wurde von den Mitgliedern der Regionalgruppe Salzburg getragen. Dazu gibt es auch eine Förderaktion der Salzburger Landesregierung. Einzelne Mitarbeitende sind auch in der Regionalgruppe oder bei einzelnen Veranstaltungen aktiv.



**Testat: Externes Audit Gemeinwohl-Bilanz für St. Virgil Salzburg**

**M5.0  
Kompaktbilanz**

**2016-2017**

Auditor\*in:  
**Angela Drosig-Plöckinger**

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
<b>Beziehungsgruppe</b>				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	<b>A1</b> Menschenwürde in der Lieferkette:  <b>20 %</b>	<b>A2</b> Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette:  <b>20 %</b>	<b>A3</b> Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette:  <b>30 %</b>	<b>A4</b> Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette:  <b>20 %</b>
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	<b>B1</b> Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:  <b>40 %</b>	<b>B2</b> Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:  <i>J.</i>	<b>B3</b> Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:  <b>40 %</b>	<b>B4</b> Eigentum und Mitentscheidung:  <b>0 %</b>
<b>C: MITARBEITENDE</b>	<b>C1</b> Menschenwürde am Arbeitsplatz:  <b>60 %</b>	<b>C2</b> Ausgestaltung der Arbeitsverträge:  <b>40 %</b>	<b>C3</b> Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:  <b>50 %</b>	<b>C4</b> Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:  <b>10 %</b>
<b>D: KUND*INNEN &amp; MITUNTERNEHMEN</b>	<b>D1</b> Ethische Kund*innenbeziehungen:  <b>40 %</b>	<b>D2</b> Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern:  <b>100 %</b>	<b>D3</b> Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:  <b>50 %</b>	<b>D4</b> Kund*innen Mitwirkung und Produktransparenz:  <b>30 %</b>
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	<b>E1</b> Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:  <b>80 %</b>	<b>E2</b> Beitrag zum Gemeinwesen:  <b>20 %</b>	<b>E3</b> Reduktion ökologischer Auswirkungen:  <b>60 %</b>	<b>E4</b> Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:  <b>30 %</b>
			Testat gültig bis: <b>30. April 2022</b>	<b>BLANZSUMME</b> <b>411</b>

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. TestatID: 9rv06  
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)

# A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Der Blick auf unseren Einkauf zeigt folgendes Bild

- Der gesamte Aufwand liegt in 2016 bei 4,3 und 2017 bei 4,6 Mio Euro. Die Personalkosten liegen 2016 bei 2,0 und 2017 bei 2,2 Mio Euro, also immer bei ca. 47% der Gesamtaufwendungen. In diesem Bericht werden nun die restlichen Aufwendungen dargestellt (sind 100%). ReferentInnen werden immer am Ende des jeweiligen Kapitels A1 bis A4 abgehandelt.
- Die folgenden Tabellen zeigen, wofür, also in welchen Bereichen des Einkaufs von Produkten und Dienstleistungen, in den Jahren 2016 und 2017 am meisten Geld aufgewandt wurde. Details sind in der Datei „GWÖ 1.1\_16\_17“ ersichtlich.

2017		
Ausgabeposten (AP)	Summe [€]	In %
ReferentInnen	785.421,62	32%
Lebensmittel	409.854,40	17%
Reparaturen	298.829,60	12%
Werbung	182.782,53	7%
Energie	145.244,72	6%
Abschreibungen	86.092,38	4%
Fremdleistungen	84.538,96	3%
Büromaterial	82.619,18	3%
Wäschereinigung	53.610,92	2%
Parkpflege	39.647,45	2%
Reinigungsmittel	38.792,90	2%
Beratungen	19.772,15	1%
Mobilität	17.332,86	1%
Etc...		8%

2016		
Ausgabeposten (AP)	Summe [€]	In %
ReferentInnen	793.549,26	32%
Lebensmittel	401.519,59	16%
Reparaturen	337.441,64	14%
Energie	155.620,64	6%
Werbung	150.935,70	6%
Abschreibungen	83.112,39	3%
Fremdleistungen	72.886,37	3%
Wäschereinigung	53.985,89	2%
Büromaterial	42.509,17	2%
Beratungen	32.639,58	2%
Reinigungsmittel	32.171,78	1%
Parkpflege	28.365,50	1%

Mobilität	13.911,13	1%
Etc...		11%

- Wie wählen wir Lieferant\*innen aus, welche Kriterien werden angewendet?
  - Bisher wurden Lieferanten und Dienstleister nicht nach klar bestimmten Kriterien ausgewählt. Es wurde jedoch stets auf möglichst regionale Partner geachtet, mit denen eine gute persönliche Beziehung möglich ist und diese auch langjährig gepflegt wird. Mit den meisten Lieferanten und Dienstleistern arbeiten wir seit über 10 Jahren zusammen. Im Vordergrund standen meist das Produkt und seine Qualitäten. In Einzelfällen haben wir auch beim Unternehmen selbst schon auf einige Grundsätze geachtet, wie bei der Auswahl von unseren Druckereien, die alle nach dem österreichischen Umweltzeichen zertifiziert sein müssen. Wenn es möglich war, haben wir auch darauf geachtet, ob es Kenntnisse über das positiv geprägte soziale Verhalten des Unternehmens gibt, allerdings ohne einen systematischen Ansatz.
  - In der Vergangenheit (2007) wurde für EMAS erstmals eine Lieferantenbefragung durchgeführt. Eine wirklich systematische Auseinandersetzung mit den Themen Menschenwürde, Solidarität, Gerechtigkeit, Transparenz, Mitbestimmung und ökologische Nachhaltigkeit bei unseren Lieferanten und Dienstleistern hat es bisher jedoch noch nicht gegeben.
- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert? Systematisch gibt es dazu keine Analyse. Grundsätzlich arbeiten wir weitgehend mit Lieferanten zusammen, deren Reputation in unserem Raum bekannt ist. Speziell schwierig ist dieses Thema bei elektronischen Produkten, da hier eigentlich immer von sozialen Risiken auszugehen ist. Wir haben im Jahr 2016 entschieden, dass MitarbeiterInnen, ein Fairphone als Firmengerät erhalten können, wenn sie dies wollen.
- Folgende Tabelle zeigt in Kurzform verwendete Produkte und deren Zertifikate:

100% Kaffee, Kakao, Zucker, Schokolade, Schokocreme, Eistee, Kekse, Gummibären, Trockenfrüchte usw.	Fairtrade (EZA), EU Bio
Frühstück: Honig, Marmeladen, Dörripflaumen, Haferflocken, Frühstücksmilch, diverse Müslis, Samen & Kerne, Nüsse, Rosinen, Yoghurt, Eier,	EU Bio, teils Bio Austria, teils auch Austria Bio

Toastbrot, Brot allg., Gebäck, diverser Käse, Wurst, Tomaten, Gurken, Butter, Käseaufstriche, diverse Tees, Fruchtsäfte, Kaffee Hag, Kaffeeobers usw. Kartoffel, Äpfel, Milchprodukte usw. Kola, Hasenfit Säfte, Pona Limo, Zwickl Bier, Smoothies usw.	
Viele weitere Lebensmittel	Ama Gütesiegel
Büropapier, Shampoos und Flüssigseifen in Gästezimmer, Glasreiniger, Geschirrspülmaschinenreiniger, Klarspüler, Oberflächenreiniger, Handspülmittel, Sanitärreiniger usw.	EU Ecolabel, teils Österreichisches Umweltzeichen oder Nordischer Schwan, ebenfalls: Cradle to Cradle
Farbpapier, Flipchartpapier, Etiketten, teils auch Ordner, Toilettenpapier, Hygienepapier usw.	FSC, PEFC, teils Blauer Engel oder EU Ecolabel
Kompakt PCs, Stand PCs, Computerbildschirme, teils Drucker usw.	Energy Star, teils TCO

#### Referierende:

Für unsere Bildungsangebote sind Referierende von besonderer Bedeutung, also jenen Personen, die Seminare leiten, Vorträge halten oder in anderen Formaten Bildungsinhalte vermitteln. Sie arbeiten also sehr intensiv mit unseren Kund\*innen und beeinflussen maßgeblich die Qualität unserer Angebote.

Entsprechend wichtig ist St. Virgil, dass sehr gut qualifizierte sowie didaktisch und sozial kompetente Referierende engagiert werden, die darüber hinaus zur generellen Ausrichtung des Hauses passen und sich mit unserem Verständnis von Bildung und Gastfreundschaft identifizieren. Ebenso ist uns wichtig, dass Referierende in St. Virgil ein angenehmes und stimmiges Arbeitsumfeld vorfinden, um ihre Tätigkeiten bestmöglich durchführen zu können. Zufriedene Referierende sind der Garant für zufriedene Kund\*innen im Bildungsbereich und generell dafür, unserem eigenen Bildungsanspruch gerecht zu werden.

Menschenwürdige Arbeitsbedingungen für unsere Referierende zeichnen sich vor allem durch zwei Aspekte aus:

- Wir stellen eine faire Entlohnung sicher. Das genaue Honorar wird mit jedem/r Referierenden individuell vereinbart, wobei darauf geachtet wird, dass es für beide Seiten passt und dem Branchenüblichen entspricht. Verpflegung und Nächtigung während des Aufenthaltes in St. Virgil werden in der Regel vom Haus übernommen. Viele unserer Referierenden sind über ihre selbständige Tätigkeit sozialversichert. Bei nebenberuflich Lehrenden übernimmt St. Virgil ab einer gewissen, gesetzlich definierten Honorarschwelle die volle Sozialversicherung.
- Jede/r Referierende, der/die im Rahmen unserer Bildungsveranstaltungen tätig ist, hat eine/n Studienleiter\*in als direkte Kontaktperson, die sich

um seine/ihre Betreuung während des Aufenthalts bei uns im Haus aber auch um die entsprechende Vor- und Nachbereitung kümmert. Auf diese Weise kann sehr gut auf die Bedürfnisse der Referierenden eingegangen werden. Auch Anregungen für Verbesserungen werden auf diesem Weg aufgenommen. Standards für die Betreuung von Referierenden sind in einem Artikel unseres elektronischen Handbuchs im „Hotelkit“ definiert.

### **Verpflichtende Indikatoren**

- Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform  
Siehe dazu die Tabellen in der Einleitung dieses Themas.
- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden
  - Hier ist uns eine zahlenmäßige Darstellung nicht möglich, da die Daten in dieser Form nicht erhoben wurden und auch nicht erhoben werden. Der Aufwand steht hier aus unserer Sicht nicht in Relation zu den gewonnenen Erkenntnissen.
  - Bei den Lebensmitteln unseres Frühstücks sind 95% in Bio-Qualität. Kaffee mit allen Bestandteilen ist biologisch und Fair Trade. Das Frühstück ist biozertifiziert. Weiters sind Tee, Kartoffeln, Eier, Äpfel und fast alle Milchprodukte biologisch. Bio Austria steht zum Beispiel neben der ökologischen Verantwortung für die Fairness, Transparenz und Tierwürde ein.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Die Pausen für unsere Gäste wurden komplett auf Bio (wo notwendig auf Fair Trade) umgestellt. Auch Äpfel und Tee finden sich nun in vollständiger Bio Qualität.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Die österreichische Bischofskonferenz hat für Ihre Einrichtungen eine öko-soziale Beschaffungsordnung gefordert. In EMAS haben wir im aktuellen Umweltprogramm für die Jahre 2016 bis 2020 die Schaffung einer Beschaffungsordnung vereinbart. Daher wird dies der erste Schritt sein, hier Verbesserungen zu systematisieren.  
Ab 2019 gibt es daher eine ausführliche Beschaffungsordnung mit festgelegten Kriterien für alle relevanten Bereiche und Abteilungen, wodurch ein Grundstein für eine zukünftig erfolgreichere ökofaire Beschaffung gelegt wurde.
- Seit Herbst 2018 haben wir mit einer systematischen Analyse begonnen, die unseren Reflexionsprozess in Zukunft erleichtern wird.
- Seit Herbst 2018 gibt es zudem umfangreiche Fragebögen, welche grundlegende Umweltstandards und Sozialstandards differenziert für die einzelnen Unternehmensstandorte, sowie deren Lieferanten und die



von uns bezogenen Produkte und/oder Dienstleistungen nachfragen und Zertifikate und/oder Erklärungen fordern. Diese Fragebögen müssen unsere jetzigen und alle zukünftigen Lieferanten ab sofort regelmäßig beantworten, was bessere Rückschlüsse auf oben genannte Themen ziehen lässt. Transparenz und Mitbestimmung ist für uns vor allem ein Kriterium in „Handsschlagqualität“. Durch persönliche Beziehungen zu unseren Lieferanten und Dienstleistern kann dies in den meisten Fällen gewährleistet werden.

## A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

### **Berichtsfrage**

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant\*innen nicht verletzt wird?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Mit vollster Gewissheit kann diese Frage wohl nie verneint werden, auch haben wir diesbezüglich noch keine Angaben unserer Lieferanten. Jedoch wurden und werden diese Risiken stets weiter eingedämmt, da wir, wie bereits erwähnt, vermehrt auf regionale Partner mit persönlicher, transparenter Beziehung Wert legen.

### **Berichtsfragen aus Vollbilanz:**

- Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?  
Insbesondere die Beschaffung von Elektrogeräten wie Computer, Drucker, Telefone und Handys. Hier werden bekanntermaßen Rohstoffe gebraucht, die nur schwer oder kaum ohne Verletzung der Menschenwürde zu erhalten sind.
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?  
Wir achten beim Einkauf auf möglichst langlebige, hochwertige Produkte, um eine lange Nutzung zu erreichen. Wenn möglich werden die Geräte repariert oder erhalten Updates. Im Alltag achten wir auf einen bewussten und schonenden Umgang mit den Geräten. Neuanschaffungen sollen so lange wie möglich vermieden werden.

### **Verpflichtende Indikatoren**

- Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant bzw. ethisch unbedenklich sind  
Keine Angabe möglich. Generell ist es nicht möglich eine realistische Aussage für ethisch unbedenkliche Produkte zu treffen. Die

Lieferantenketten sind für bestimmte Produkte oft lang und global vernetzt. Ethisch riskant sind allerdings wie bereits erwähnt vor allem Elektrogeräte, aber auch Produkte wie Lebensmittel sind kritisch zu hinterfragen, selbst wenn sie, wie bei uns in St. Virgil, das Fair Trade Siegel tragen.

## A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

- Um Maßnahmen entlang der Zulieferkette für einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu fordern und fördern verwenden wir wo möglich lokale Produkte und kennen so die Zulieferer durch persönliche Gespräche. Es ist aber noch keine systematische Erhebung erfolgt. Siehe dazu die Einleitung. Bei Kaffee haben wir zu 100% fair gehandelte (mit Fair Trade Siegel) Produkte. Auch der Lieferant ist hier sehr glaubwürdig, da dieses Produkt nicht ein einziges ist, sondern die gesamte Produktpalette so geführt wird. Die EZA ist mehr oder weniger der Erfinder des fairen Handels.
- Wir überprüfen und sanktionieren diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände im Berichtszeitraum nicht.

Referierende:

- Um die Qualität unserer Bildungsangebote zu sichern, müssen Referierende in St. Virgil einem klaren *Anforderungsprofil* entsprechen, wobei folgende Gesichtspunkten ausschlaggebend sind: Fachliche Kompetenz, Erfahrungen in der erwachsenenbildnerischen Praxis, Didaktische Kompetenz, Akzeptanz der Philosophie des Hauses, Soziale Kompetenz, Personale Kompetenz und Beratungskompetenz. In der *konkreten Auswahlpraxis* wird versucht, zu prüfen, ob er/sie tatsächlich diesem Profil entspricht, etwa durch persönliche Kontakte, Internetrecherchen, Austausch im Team etc. Ob es dann zu einer Zusammenarbeit kommt, hängt zusätzlich von den Honorarvorstellungen und zeitlichen Möglichkeiten der/des Referierenden ab. Hinzu kommt, dass St. Virgil versucht, ein möglichst ausgewogenes Verhältnis von männlichen und weiblichen Referierenden sicherzustellen, was sich ebenso auf die Auswahlpraxis auswirkt. Was die konkreten Honorarhöhen betrifft, unterliegen wir bis zu einem gewissen Grad dem Bildungsmarkt, was bedeutet, dass manche Referierende höhere Sätze veranschlagen können als andere. Grundsätzlich versuchen wir aber, dass Honorarsätze zwischen den verschiedenen Referierenden nicht zu stark schwanken und dass gewisse Höchst- und Mindestsätze nicht über- bzw. unterschritten werden. Bei Themen, die uns inhaltlich wichtig sind, kommt es auch immer wieder

vor, dass wir Honorare bezahlen, die nicht durch die Seminargebühren gedeckt sind und die somit von St. Virgil „subventioniert“ sind.

### **Verpflichtende Indikatoren**

- Der Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt, ist nicht ohne enormen Aufwand darstellbar. Der Kaffee als Produkt ist zu 100% mit dem Fair Trade Sigel ausgestattet. Orangensaft und andere Säfte von weit her werden gar nicht gekauft, daher wäre auch der Prozentsatz so gar nicht aussagefähig (besser gar nicht aus Ländern beziehen, wo Siegel notwendig sind).
- Anteil der Lieferant\*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden  
Ganz klar wurde dies bei der EZA zum Einkauf von Kaffee gemacht. Ansonsten keine entsprechenden weiteren Verhandlungen.
- Bei Referierenden wird für uns in der Honorarbildung kein Unterschied bei Geschlecht oder Herkunft gemacht. Eine Auswertung über die Verteilung des Geschlechts oder der Honorarhöhen gibt es bisher nicht.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Bei jeder Neuanschaffung von Produkten wird geprüft, ob es Produkte mit entsprechenden Qualitäten und Siegeln gibt (Automat, Schokolade, ...). Zum Beispiel wurde die Trinkschokolade von Zotter eingeführt und ist damit Bio und fair trade.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Siehe weitgehend A1. Im weißen Lebensmittelbereich (Milch) wird mit der lokalen Molkerei (Salzburg Milch) eine neue Zusammenarbeit angestrebt, die mehr Bio und lokal liefert und Verpackungsmüll reduziert. Wir werden bei Referierenden eine Auswertung beginnen.

## **A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant\*innen**

### **Berichtsfrage**

Kann das Unternehmen bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant\*innen nicht ausgenutzt werden?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Siehe dazu Punkt A1

### **Berichtsfragen aus der Vollbilanz**

- St. Virgil besitzt in keinem Bereich Marktmacht gegenüber Lieferant\*innen.

- Wir haben keine Hinweise darauf, dass unsere Lieferant\*innen unter unserer Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?

Es gab keinerlei Beschwerden bzw. negative Berichterstattungen im letzten Jahr diesbezüglich?

Im Berichtszeitraum wurde in diesem Kontext nichts Konkretes verbessert.

## A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

- Bisher werden Rohwaren, Produkte und Dienstleistungen ohne definitive Rahmenordnung nach den Regeln saisonal, regional, zertifiziert ausgewählt. Siehe dazu auch den Punkt A1
- Zu den ökologischen Risiken in der Zulieferkette gibt es die Risikoanalyse in EMAS, die allerdings dieses Thema noch nicht besonders aufgegriffen hat. In den Umweltsitzungen werden diese Themen auch aufgegriffen. Speziell bei der Wahl von Produkten wird hier immer wieder diskutiert.
- Als ökologisches Kriterium bei der Auswahl der Produkte und Lieferant\*innen wird übergreifend die Lokalität zu Grunde gelegt. Die Herstellung ist ein weiteres Kriterium, z.B. bei Lebensmittel oder Strom. So wird 100 % Ökostrom (UZ46) der Salzburg AG trotz höherem Preis bezogen und Teile der Lebensmittel sind Bio mit Zertifikat. Die biologische Abbaubarkeit ist vor allem bei Reinigungsmitteln ein großes Thema. Sie sind zu 80% mit entsprechenden Zertifikaten ausgestattet. Außerdem bevorzugen wir möglichst langlebige, hochwertige und natürliche Produkte in allen Bereichen. Unsere Papiere müssen aus zertifiziert nachhaltiger Forstwirtschaft stammen und sind mit entsprechenden Zertifikaten ausgestattet. Es werden weitgehend Druckprodukte erstellt, die das österr. Umweltzeichen tragen, worauf auch bei den Dienstleistern geachtet wird.
- Der Unterschied zum Wettbewerb ist nicht unser Hauptkriterium. Allerdings merken wir beim gewünschten Einkauf von biologischen Lebensmitteln, dass das Angebot unter anderem deswegen so gering ist, weil der Wettbewerb wenige Bestellungen und Anfragen dieser Art stellt. Wir versuchen, einen ganzheitlich nachhaltigen Kurs in allen Bereichen von St. Virgil zu fahren. Dies bedeutet, möglichst regionale Lieferanten und Produkte, welche sich durch Hochwertigkeit, Langlebigkeit und Natürlichkeit abheben. Wo möglich setzen wir auf biologische Waren.

Referierende:

Bei vielen Angeboten versuchen wir, soweit es möglich ist Referierende aus der Region oder den nächstgelegenen Städten einzubinden. Referierende werden angehalten, öffentlich und somit umweltfreundlich anzureisen. Sollten Flugreisen notwendig sein, werden diese von uns kompensiert.

### **Verpflichtende Indikatoren**

Der Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertigere Alternativen sind, ist wieder schwer darzustellen ohne einen unverhältnismäßig hohen Aufwand zu betreiben. Bei Strom und Kaffee, Eiern, Äpfeln, Kartoffeln sind es 100%. In einer groben Erhebung sind es knapp über 10% der gesamten hier besprochenen Ausgaben.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Die Reinigungsmaterialien wurden neu ausgeschrieben und vergeben, welche sowohl ökologisch bessere Alternativen sind, als auch der Arbeitssicherheit dienen. Die Stromproduktion wurde durch die Installation einer eigenen PV-Anlage verbessert.

Die Pausenverpflegung unserer Gäste wurde konsequent auf Bio umgestellt, ebenso wie viele Produkte im Parkcafe. Ein Kräuterbeet für die Gastronomie und die Gäste wurde in Bio-Qualität errichtet. Weiters wird eine große Wiese im Park für ein eigenes Bienenvolk und die hauseigene Honigproduktion genutzt.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Bei den Bargetränken wird auf Glasstrohalme umgestellt. Die Heizung wird von Erdgas auf Pellets umgestellt. Ein eigenes Feld wird mit Bio Kürbissen und Bio Zucchini betrieben.

## **A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette**

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen?

Es sind nicht viele Produkte/Lieferungen, aber eine Bestätigung kann nicht erfolgen.

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

### **Berichtsfragen aus der Vollbilanz**

- Welche Lieferant\*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?  
Diesel-Treibstoff für Bus und Traktor, Erdgas für Heizung und Warmwasser, Elektronik
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?  
Die Fahrten mit den Diesel-Fahrzeugen werden so sparsam wie möglich

gehalten.

Eine rasche Umstellung (2018) auf eine Pelletsheizung ist geplant.

### **Verpflichtende Indikatoren**

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

Es sind ca. 3.000,-- Treibstoffe pro Jahr und 60.000,-- Erdgas. Dies bedeutet einen Anteil von ca. 3,3%.

### **Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

Ein Benzinfahrzeug wurde auf Elektroantrieb umgestellt und auch eine PV-Anlage installiert.

## A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

- Wir fordern und fördern Maßnahmen entlang der Zulieferkette für einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander, indem wir versuchen, mit einzelnen Lieferanten persönlich ins Gespräch zu kommen. Dann ist es möglich Transparenz und Mitentscheidung zu fördern. Dies ist uns bisher vor allem in der Gastronomie gelungen. Wir haben mit unserem Saftlieferanten viel gemeinsam entwickelt und dabei großen gemeinsamen Erfolg gestaltet. Wir haben „inoffizielle“ Abnahmegarantien. Dafür baut er vermehrt biologisches Obst und Gemüse an. Er hat eine Abfüllanlage bebaut, die für uns Literware produziert. Für unser Frühstück „ohne Orangensaft“ wurden eigene Bio-Apfelsäfte mit unterschiedlichen Mischungen (Karotte, Rote Rübe, ...) entwickelt.  
Auch mit dem Eislieferanten, der EZA für Kaffee und dem Bio-Bäcker vor Ort sind wir immer im Gespräch. Mit den Lieferanten für Bioäpfel und -kartoffel wurden Mengenvereinbarungen getroffen.
- Eventuell vorhandene Risiken und Missstände wurden noch nicht überprüft und sanktioniert.

### Referierende:

Bei vielen Bildungsformaten sind Referierende sehr eng in die Entwicklung des Angebotes eingebunden. Oft ist es so, dass sich Referierende mit einer Idee oder einem Angebot an uns wenden und wir dann prüfen, ob es zu uns passt bzw. was noch zu verändern ist, um ins Programm aufgenommen zu werden – ein Prozess, der gemeinsame mit dem/der Referierenden erfolgt. Oder wir wenden uns mit einer Idee an eine Person, mit der wir gemeinsam in die Produktentwicklung einsteigen. Da wir davon ausgehen, dass bei vielen Fragen die Referierenden die Expert/innen sind, ist deren Mitsprache und Mitentscheidung bei Bildungsangeboten essentiell.

## **Verpflichtende Indikatoren**

- *Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt*  
Label, die speziell auf Transparenz und Mitentscheidung ausgelegt sind, sind uns keine bekannt. Allerdings achten viele Labelgeber in der Ausgestaltung auf die Transparenz und Nachvollziehbarkeit Ihrer Label aber auch als Kriterium findet Transparenz einen Platz. Solche Label finden sich in vielen Bereichen bei uns im Haus (z.B. Gastronomie, Housekeeping, Büromaterial). Ein genauer Prozentanteil wurde nicht ermittelt, da der Aufwand hier aus unserer Sicht nicht in Relation zu den gewonnenen Erkenntnissen steht. Transparente Labels bei uns in Verwendung sind zum Beispiel das Bio Austria Label, das Fair Trade Zeichen der EZA, das Österreichische Umweltzeichen, aber auch das AMA Gütesiegel oder das Europäische Umweltzeichen.
- *Anteil der Lieferant\*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.*  
Dieser Anteil wird kleiner 1% sein.

## **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Weiterentwicklung der Saftprodukte für Pausen, Parkcafe und Restaurant.

## **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Hinführen der Lieferanten zu dieser Denkweise und bewusste Gespräche führen. Wir wollen die Lieferintervalle so anpassen, dass so wenig wie möglich Fahrten entstehen, soweit dies unsere Lagermöglichkeiten zulassen.

# B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

- Als Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln werden im Wesentlichen Eigenmittel über Zuschüsse zu Investitionen genutzt. Dafür werden sowohl öffentliche Einrichtungen als auch der Träger gewonnen. Dazu kommen auch Stiftungen, die mit unserer Philosophie gut können.
- Formen von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken werden aktuell nicht überlegt, da wir in unserer Finanzgebarung, grundsätzlich ohne Fremdkapital zu arbeiten, sehr frei

sind. Von öffentlichen Einrichtungen wie dem Land und der Stadt Salzburg bekommen wir Unterstützung, weil unsere Arbeit wert geschätzt wird. Auch durch die Unterstützung durch „Salzburg 2050“ wird unsere ökologische Arbeit direkt und als Multiplikator hervorgehoben.

- Als gemeinnütziges Unternehmen der Erzdiözese Salzburg dürfen wir nur sehr eingeschränkt über Kredite finanzieren. Es sind im Berichtszeitraum keine Kredite offen. Dies bedeutet, dass wir keine konventionellen Kredite aufnehmen oder ablösen müssen.
- Im Wesentlichen arbeiten wir mit „Standardbanken“ zusammen, die ein ethisch-soziales Portfolio auch abdecken aber nur in geringem Ausmaß. Die Bonus-Vorsorgekasse schneidet in der ÖGUT-Nachhaltigkeitsbeurteilung mit „Gold“ ab.

### **Verpflichtende Indikatoren**

- Der Anteil Eigenkapital in Prozent liegt 2016 bei 74,77% und 2017 bei 72,21%. Dabei sind neben dem ausgewiesenen Eigenkapital in der Bilanz auch die Sonderposten „Investitionszuschüsse“ und „Zweckgewidmete Zuwendungen“ heranzuziehen, da dies nicht rückzahlbare Zuschüsse sind.
- Ein durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche kann leider so nicht angegeben werden, da keine Branche eindeutig zuordenbar ist. Es kommen Erwachsenenbildungseinrichtungen, Hotels und Konferenzzentren in Frage. Gegenüber Hotels haben wir sicher einen sehr hohen Eigenkapitalanteil.
- Das Fremdkapital besteht nur aus Rückstellungen und Verbindlichkeiten, daher keine Bank- oder Finanzdienstleisterfinanzierung

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Keine Veränderung

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Wir werden überlegen, ob nach Einführung eines Gemeinwohlkontos eine Nutzung möglich wird.

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

- Als notwendigen Zukunftsausgaben wurden ca. 3 Mio. Investitionsbedarf ermittelt, um das Unternehmen weiter am Standard des Marktes zu halten. Dabei geht es vorwiegend um Investitionen im Bereich Konferenz und Hotel. Es ist bereits gelungen 70% dieses Betrags zu sichern. Einstweilen wird ein schrittweiser Vorgang gewählt. Es ist nicht vorgesehen, die Umsetzung auf Kreditbasis zu machen. Dies einerseits, weil dies der Träger nicht will und es auch nicht unserem Umgang mit



Finanzmitteln entspricht.

Für die Zukunftsinvestition Umstellung auf Wärmegewinnung mittels Pellets ist es im Jahr 2018 gelungen mit dem Land Salzburg die Finanzierung zu schaffen.

- Der Träger, die Erzdiözese Salzburg, hat St. Virgil Salzburg als ein gemeinnütziges Unternehmen definiert. Daher ist es nicht der Auftrag, Kapitalerträge zu erwirtschaften.

### **Verpflichtende Indikatoren**

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (Cash Flow aus der Bilanz)

2016: -71.363      2017: -21.245 EUR

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben      3 Mio EUR

Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben Tsd. EUR (nicht definiert)

Anlagenzugänge      2016: 522.133,41      2017: 312.007,55 EUR

Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)      0 Tsd. EUR

Auszuschüttende Kapitalerträge 0 Tsd. EUR, in 0% vom Stamm- oder Grundkapital

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Wir versuchen sowohl beim Träger, als auch bei öffentlichen Einrichtungen die Erkenntnis zu fördern, dass Bildung und vor allem Erwachsenenbildung nicht kostendeckend zu organisieren ist, wenn sie der breiten Bevölkerung zur Verfügung stehen soll.

Hierzu werden immer wieder Termine vereinbart und Gespräche geführt.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Es wäre schön, wenn weitere Finanzierungsformen gefunden werden könnten, die sich grundsätzlich der Erwachsenenbildung verbunden sehen. Wir werden versuchen, den Ansatz der Budgetierung auch auf diese Aspekte hin zu erweitern.

## **B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln**

Kann das Unternehmen bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln trotz stabiler Gewinnlage fair erfolgt?

Kann bestätigt werden.

### **Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

Es wurde der Beschluss eingeführt, die Mitarbeitenden zu beteiligen, wenn ein positiver Cash Flow erwirtschaftet wird.

## **B3 Sozial-ökologische Investitionen und**

# Mittelverwendung

- Investitionen vor allem in der Energiegewinnung haben da noch Potential: Stromgewinnung über eigene Photovoltaik und Wärme über nachwachsende Rohstoffe sind Ziel. Auch über Effizienzmaßnahmen bei Fenstern und Wänden kann noch was erreicht werden.
- Als Mittel stehen eventuell Gelder aus unserer Partnerschaft mit dem Land Salzburg „Salzburg 2050“ zur Verfügung (Wärmegewinnung und Effizienz). Die PV-Anlage kann mit Mitteln des Trägers erledigt werden. Darüber hinaus werden bei beiden Projekten Fördermittel gewonnen.
- Im Jahr 2017 wurde die PV-Anlage in Betrieb genommen, die ca. 25% des Stromes produziert. Im Herbst 2018 wurde von Gas auf Pelletsheizung umgestellt.
- Eine Beteiligung an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte ist aus unserer aktuellen Finanzierungsform nicht möglich.

## **Verpflichtende Indikatoren**

Diese Indikatoren können nur sehr grob dargestellt werden, da wir so unser Budget nicht aufgestellt haben.

Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf	2016: 500 Tsd. EUR
	2017: 200 Tsd. EUR

Realisierung der ökologischen Investitionen:	2016: 150 Tsd., 15% des Bedarfs
	2017: 80 Tsd., 5

Finanzierte Projekte:	2016 keine
	2017 Photovoltaikanlage 85 Tsd. EUR

Fonds-Veranlagungen: keine

## **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Bau der PV Anlage, Dämmung der oberen Geschossdecken Flachdächer

## **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Tausch der Wärmegewinnung von Gas auf Pellets

## B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Kann das Unternehmen bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen aufbaut oder dass zumindest eine mittelfristige Ausstiegsstrategie verfolgt wird?

Kann bestätigt werden. Siehe auch EMAS.

**Im Berichtszeitraum wurde nichts verbessert.**

## B4 Eigentum und Mitentscheidung

- St. Virgil Salzburg ist in 100% Trägerschaft der Erzdiözese Salzburg. St. Virgil kann eigenständig wirtschaften und berichtet dem Träger in der Bilanz.  
Substanzerhaltende Investitionen sind laut Statut vom Träger zu finanzieren.  
Grundverkäufe und längerfristige Verträge müssen mit dem Träger abgesprochen werden und kirchenaufsichtsrechtlich unterzeichnet werden.
- Die Leitung von St. Virgil kann viel mitentscheiden. Vor allem was die laufende Gebarung betrifft, aber auch inhaltlich innerhalb des Statuts. Eigentumsbeteiligung ist in dieser Rechtsform nicht möglich.
- Eine transparente Entscheidungsgrundlage für alle Eigentümer\*innen ist gesichert, da es eine Bilanz und eine Umwelterklärung gibt, die jährlich zur Verfügung gestellt wird. Es gibt vereinbarte Meetings mit der Finanzkammer der Erzdiözese Salzburg. Bei Bedarf werden Unterlagen für das Konsistorium vorbereitet.
- Eine Veränderung der Eigentümerstruktur in der Vergangenheit und der Zukunft ist nicht vorgesehen.

### **Verpflichtende Indikatoren**

Wie verteilt sich das Eigenkapital in Prozent auf (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100%):

- Träger 100%

## B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind?

Es wurden keine feindlichen Übernahmen angedacht und ausgeführt.

## C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

### *Unsere Unternehmenskultur*

Die Unternehmenskultur ist teamorientiert angelegt. Wir wollen gemeinsam formulierte Ziele erreichen und die Zusammenarbeit soll wertschätzend und sich gegenseitig unterstützend erfolgen. Es sind eigene Führungsgrundsätze im Qualitätsmanagement festgelegt, die längstens alle vier Jahre überprüft werden.

Wir versuchen, so wenig wie möglich Unterschiede zu machen in Bezug

auf Herkunft, Bildung und Religion. Allein die Ablehnung von Religion und religiösen Einrichtungen ist ein Kriterium um nicht zusammen zu arbeiten. Ein Auszug aus dem Leitbild beschreibt wie folgt:

*„Wie arbeiten wir miteinander?“*

*Der Teamgeist in St. Virgil ist für uns identitätsstiftend. Mit qualitätsfördernden Maßnahmen im Bereich der Organisationsentwicklung und der Weiterbildung unterstützen wir die Eigenverantwortung unserer MitarbeiterInnen. Wir bemühen uns, die persönlichen Lebenssituationen der Einzelnen zu berücksichtigen. Die lange Betriebszugehörigkeit vieler MitarbeiterInnen ist Basis für die Weiterentwicklung unseres kompetenten und motivierten Teams.*

*Hohe Kommunikationsfähigkeit nach innen und nach außen ist die Voraussetzung für eine kooperative Führungs- und dialogorientierte Unternehmenskultur. Sie findet in tragfähigen Netzwerken, Partnerschaften und in der Zusammenarbeit mit Institutionen und regionalen Strukturen ihren Ausdruck.“*

#### *Willkommenskultur*

Wir versuchen bereits bei der Bewerbung positiv den Personen entgegen zu gehen. Wir antworten sehr rasch auf den Eingang der Bewerbung und skizzieren den weiteren zeitlichen Ablauf. Es gibt auch immer eine Absage. Nach der Entscheidung wird der Dienstvertrag besprochen und abgeschlossen. Circa 2 Wochen vor Dienstbeginn wird eine Willkommensmappe übergeben und die letzten Details des Arbeitsbeginns besprochen.

Für den ersten Arbeitstag und die darauf folgenden gibt es eine eigene Checkliste, die unter anderem die Vorstellung im Haus, die Unterweisung, ein oder zwei Rundgänge, Übergabe von Arbeitsutensilien und Schlüsseln, etc. enthält.

#### *Betriebliche Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz*

Die Arbeitsplätze wurden im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung und der Arbeitssicherheit physisch und psychisch evaluiert. Auf Basis dessen wurden die Erkenntnisse in die jeweiligen Unterweisungen der einzelnen Abteilungen aufgenommen. Alle Mitarbeitenden werden bei Dienstaufnahme von der jeweiligen Abteilungsleitung unterwiesen. Wir haben zwei ausgebildete und beauftragte Sicherheitsvertrauenspersonen.

Grundsätzlich gibt es einmal jährlich eine Begehung und Beratung durch die externen Berater der AUVA (Sicherheitsfachkraft (05.07.2016) und Arbeitsmediziner (09.03. 2016 und 07.02.2017)). Die Protokolle sind im AUVA-Ordner in der Personaladministration einsehbar.

Im Jahr 2016 erfolgte die Evaluierung der psychischen Belastung am Arbeitsplatz, welche von einer externen Beauftragten begleitet und abteilungsweise mit den jeweiligen Mitarbeitenden durchgeführt wurde. Überdies gab es im November 2017 bereits zum zweiten Mal eine hausinterne anonyme Befragung mittels Fragebogen zur Mitarbeitendenzufriedenheit.

Im Vergleich zur ersten Abfrage im Jahr 2014 stachen folgende Themenbereiche hervor: Wertschätzung, Arbeitsplatzsicherheit, Überforderung und Unterforderung.

Diese Punkte wurden am Studientag im Jänner 2018 gemeinsam mit den Mitarbeitenden thematisiert. Die Ergebnisse sind Arbeitspunkte im Treffen der Arbeitsgruppe Personal, in der Abteilungsleitungssitzung sowie im Leitungsgremium.

Von der Evaluierung der psychischen Belastung als auch der Mitarbeitendenbefragung sind die Protokolle jederzeit einsehbar.

Das Rechtsregister welches im Rahmen der EMAS-Zertifizierung bindend ist, wird jährlich, auch im Hinblick auf das AschG geprüft und aktualisiert. Hier einige Beispiele aus den jeweiligen Abteilungen:

- Administration: Es wurde besonders auf ergonomische Arbeitsmittel geachtet und bei Bedarf ausgetauscht (z.B. Bürostühle, Fußwippen, Ballenauflagen, Beleuchtung, Lärmdämmung etc.).
- Housekeeping: Es gibt eine jährliche Fortbildung in Hinblick auf ergonomisches, sicheres und nachhaltiges Arbeiten durch eine externe Expertin (Housekeeping Akademie GAMAPE). Viele Reinigungsmittel wurden in den letzten Jahren auf umweltfreundliche Produkte umgestellt. Es wurde generell bei den Gefahrstoffen der Substitutionspflicht nachgekommen. (z.B. PU-Schaum, Benzin etc. – siehe Gefahrstoffkataster)
- Haustechnik: In den letzten Jahren gab es einen besonderen Fokus auf den Bereich Brandschutz unterstützend durch unseren externen Brandschutzbeauftragten Ing. Reiner. Die persönlichen Schutzausrüstungen (PSA) wurden erneuert.
- Rezeption: Die Beleuchtungssituation wurde erneuert und das Arbeitspult wurde blendfreier gestaltet.
- Küche: Gefährliche Arbeitsgeräte ohne Sicherheitsschutz wurden eliminiert. (Gemüseschneider, Messerschleifer)
- Service: Komplette Neugestaltung des Getränkekühlhauses. Zwei Co2-Schnüffler warnen nunmehr die Mitarbeitenden vor etwaigem Gasaustritt. Auch die großen schweren Gasflaschen (Umsturzgefahr) werden nicht mehr benötigt.

Überdies gab es partielle Prüfungen einzelner Arbeitsplätze in Bezug auf magnetische Wechselfelder (VEMF). Gering erhöhte Werte ergaben sich nur im Besprechungszimmer der Pädagog/innen. (Protokoll Dr. Moldan vom 29.07.2017 – siehe AUVA-Ordner)

Für die Gesundheitsförderung stellen wir den Mitarbeitenden einen Apfelkorb zur Verfügung, weiters ausgesuchte Tees und Säfte. In den Pausenzeiten wird unser Park gerne für Rundgänge genutzt.

#### *Unterstützung in Organisation und Persönlichkeitsentwicklung*

Wir bieten unseren Mitarbeitenden an, an den persönlichkeitsfördernden Veranstaltungen unseres Bildungsprogramms zu sehr günstigen Konditionen teilzunehmen.

Sollte der Bedarf bestehen, dem/der Einzelnen organisatorische oder auch supervisorische Unterstützung anzubieten sind wir das sehr fördernd und unterstützend. Wir arbeiten mit mehreren Coaches und Supervisor\*innen zusammen, die unterschiedliche Bedürfnisse abdecken (Eigenorganisation, Teamfähigkeit, Führung, Konflikte, Fehlerfreundlichkeit, Zeitmanagement, ...). Auch können Mitarbeitende sich selbst solche Begleiter\*innen aussuchen. Diese Maßnahmen werden entsprechend auch finanziell unterstützt.

Beispielsweise wurde das gesamte Team des Housekeepings unterstützt, eine neue Kollegin mit Migrationshintergrund und sehr wenig Sprach- und Fachkenntnis zu integrieren. In der Gastronomie wurde mit Coaching die Einführung einer neuen Führungsposition entwickelt.

#### *Betriebsvereinbarung und Diversität in den Abteilungen*

Es gibt seit Jahrzehnten eine Betriebsvereinbarung, welche regelmäßig vom Betriebsrat und der Leitung verhandelt wird. Die aktuelle Version stammt aus dem Jahr 2017 und wird jährlich im Bereich der kollektivvertraglichen Vorrückung angepasst.

Wir sind ein sehr internationales Team, 13 Nationalitäten aus vier Kontinenten zeugen davon. Auch bei den Abteilungsleitenden und deren Stellvertretenden gibt es fünf Mitarbeitende mit Migrationshintergrund. Es gibt eine gut gelebte Praxis mit Diversität im Haus. Die aktive Gestaltung der Diversität ist zurzeit kein Thema in unserem Personalmanagement.

Wir beschäftigen seit vielen Jahren eine Gruppe der Lebenshilfe Salzburg, die unseren Park pflegt. Wir engagieren uns in der Unterstützung von Einrichtungen wie: „Rettet das Kind“ und stellen je einen Ausbildungsplatz im Service und meist in der Küche zur Verfügung. Geflüchteten Menschen konnten wir mit einer Anstellung bzw. Unterstützung beim Spracherwerb und Unterstützung bei Behördengängen und Gerichtsverhandlungen helfen.

### **Verpflichtende Indikatoren**

### Anzahl Mitarbeitende

	2017	2016
Köpfe	55	49
Vollzeitäquivalent	42,36	41,11
Lehrlinge	5	4
Geringfügig	6	5
Teilzeit	13	10
Arbeiter/Angestellte	14/31	19/30
Frauen/Männer	40/15	37/12

### Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit liegt bei 8,3 Jahren.  
Stand: 31.12.2016 als auch 31.12.2017

### Fortbildungen für Mitarbeitende

Abteilung	UE 2014	UE 2015	UE 2016	UE 2017
Buchhaltung	0	0,25	0	0
Haustechnik	1	3,75	0,75	0
Hauswirtschaft	4,25	11,75	13	6,5
Küche	5,75	5,75	4,25	15
Leitung	1,75	2	0	3
Marketing	5,5	8	4,5	1
Pädagogen	6,75	4,5	12,25	6
Reservierung	5,25	10,5	5	4,75
Rezeption	9,75	25,5	3,75	8
Sekretariat	1,75	3	2	22
Service	6,5	17,75	10,75	6
<b>UE</b>	<b>48,25</b>	<b>92,75</b>	<b>56,25</b>	<b>72,25</b>
UE ø Mitarbeitende	0,95	1,89	1,11	1,52

Wir sehen die Angabe Unterrichtseinheiten als bessere Einheit an.  
Die Unterrichtseinheiten errechnen sich wie folgt:  
0,25 (1-2 Stunden), 0,5 (3-4 Stunden), 0,75 (5-6 Stunden), 1 (7-8 Stunden).

Es gibt Standardfortbildungen die grundsätzlich von allen (neuen) Mitarbeitenden besucht werden müssen: („Lerne St. Virgil kennen“, Beschwerdekommunikation, Diözesantag). Weiters können jederzeit fachliche und persönliche Fortbildungen beantragt werden. Hauseigene Kurse werden zusätzlich finanziell gefördert bzw. können gratis in Anspruch genommen werden.

Unsere Aufzeichnung führen wir für alle Mitarbeitenden sowie für den Leitungsbericht abteilungsweise.

### *Gesundheits-/Krankenquote*

Krankheitszahlen werden von uns nicht erhoben.  
Vom Gefühl her herrscht eine hohe Arbeitsmoral in allen Abteilungen.  
Kranke Mitarbeitende werden eher oft von der Abteilungsleitung hingewiesen nicht zur Arbeit zu erscheinen.

### *Arbeitsunfälle*

2016 und 2017 gab es sieben Arbeitsunfälle. Davon ein Wegunfall und sechs Schnittwunden in der Haustechnik, im Service und der Küche.

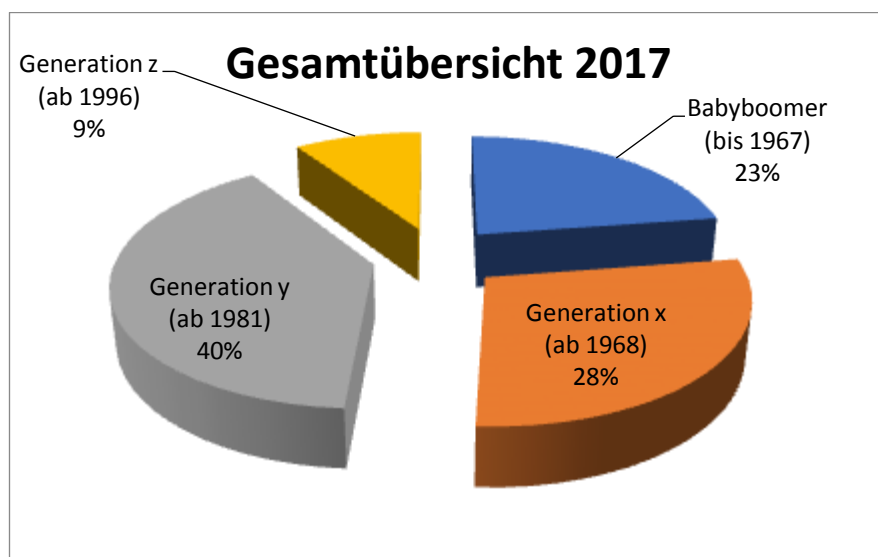
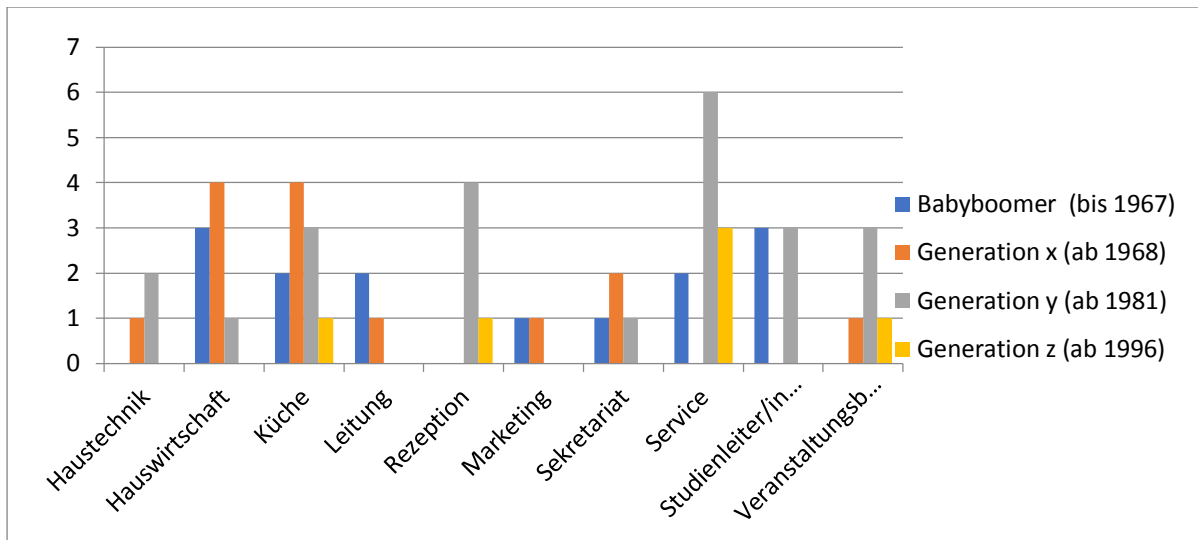
### *Betriebliche Gesundheitsangebote*

Eine kostenunterstützte Aktion mit Fitness im Park wurde nur von zwei Mitarbeitenden angenommen.  
2017 wurde wieder die Aktion „Wer radelt gewinnt“ mit vier Mitarbeitenden aktiviert.  
Im Zeitraum von Mai bis August wurden mehr als 2.000 km geradelt.

### *Demografische Verteilung und Diversität der Mitarbeitenden*

Ethnien, sexuelle Orientierung und psychische Einschränkungen werden von uns nicht erhoben, was uns auch nicht passend erscheint.  
Es gibt einen begünstigt behinderten Mitarbeiter (leichte körperliche Einschränkung). Als Tendenzbetrieb interessiert uns die religiöse Zugehörigkeit unserer Mitarbeitenden. Wir sind stolz, Mitarbeitende aus neun verschiedenen Religionsgemeinschaften zu haben. Wir versuchen bei Dienstplänen Rücksicht auf deren wichtige Feiertage (Reformationstag, orthodoxe Weihnachten oder Ostern, etc.) zu nehmen.  
St. Virgil hat einen traditionell hohen Frauenanteil, 2016 lag dieser bei 71,4%, 2017 bei 72,5%. Der Männeranteil in der Leitung ist bei 100% und bei den Abteilungsleitenden bei 60%.  
Der Altersdurchschnitt pendelte in den letzten 10 Jahren zwischen 37,5 und 39,3 Jahren.  
Interessant ist auch eine Generationenübersicht in den einzelnen Abteilungen aus dem Jahr 2017:





#### *Durchschnittliche Karenzdauer*

Väter: 3 Monate (wurde bisher zweimal in Anspruch genommen)

Mütter: meist bis zu 20 bis 24 Monaten

#### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Gemeinsame jährliche Skitage wurden vom Betriebsrat für interessierte Mitarbeitende organisiert und von diesen auch gerne angenommen.

Wie bereits erwähnt fand auch im Berichtszeitraum die Aktion „Wer radelt gewinnt“ erfolgreich statt.

Der Apfelkorb im Personalraum wird seit 2017 angeboten und äußerst positiv angenommen.

Möglichkeiten für die Mitarbeitenden der Vorstellung ihrer religiösen und kulturellen Traditionen im Rahmen der monatlichen Hauskonferenz. (z.B. Islam, Pfingstgemeinde, Orthodoxie etc. oder Syrien, Afghanistan, ...).

Die gesellschaftliche Teilhabe, auch von Mitarbeitenden mit Migrationshintergrund, wurde gut angenommen. Z.B. aktive Teilnahme von muslimischen Mitarbeitern im katholischen Gottesdienst. Unseren Kollegen mit Asylhintergrund wurden kulturelle Themen wie Umgang der Geschlechter, Müll, Alkohol, etc. in wertschätzender Art näher gebracht.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

- Der Betriebsrat organisierte in der letzten Zeit wieder mehrere Gesundheitsangebote wie physiotherapeutische Übungseinheiten „Rückenfit“ und „Besser sehen durch Feldenkrais“ finanziell unterstützt durch das Unternehmen. Derzeit läuft eine große Abfrageaktion zu weiteren, auch neuen, Themen und Interessen von Mitarbeitende bzw. Kolleg/innen.
  - Ausblick 2018:
    - Rückenfit
    - Mobbing
    - Feldenkrais „Besser sehen“
    - Umfrageliste für weitere Fortbildungsangebote.
  - Die Aktion „Wer radelt gewinnt“ wurde sehr positiv angenommen. Es wurde in der Zeit von Mai bis August 2018 über 5.500 km von 14 Mitarbeitenden geradelt. Dies bedeutete eine Co2-Einsparung von rund 850 kg.
- Es sollen im Betriebsrat zwei Vertrauenspersonen in Bezug auf sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz ernannt werden.
- Eine Implementierung des Anti-Mobbing Modells „Shared Responsibility Approach“ (SRA) soll im großen Teilnehmer/innenrahmen (Leitung, Abteilungsleitung, Betriebsrat) auf den Weg gebracht werden. Mit diesem Instrument soll in Zukunft das Thema Mobbing am Arbeitsplatz im Anlassfall thematisiert und gelöst werden.
- Diversität als Strategie in der Arbeitsgruppe Personal diskutieren. Dazu wurde im ersten Halbjahr 2019 an einem EU-Projekt (devinco) teilgenommen, bei dem Frauen mit Migrationshintergrund im Fokus stehen. Es wurden die Frauen, die Kolleginnen und die Verantwortlichen einbezogen und gecoached.

## **C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen**

Wir können als Unternehmen bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

## C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

### *Lebenswürdiger Verdienst*

St. Virgil ist die schwierige Thematik des an den regionalen Lebenserhaltungskosten angepassten „lebenswürdigen Verdienstes“ bewusst, da der Standort Salzburg als sehr hochpreisig bekannt ist. Entgegen der üblichen Vorgangsweise in der Branche (Hotel und Gastgewerbe) wurde in der Betriebsvereinbarung eine fixe Überzahlung zum Kollektivvertrag vereinbart. Diese ist „besonders“ hoch in den niedrigen Berufsgruppen. Das Gehaltsschema wird jährlich nach Abschluss der kollektivvertraglichen Verhandlungen in der Gastronomie adaptiert und im Austausch zwischen Betriebsrat und Leitung neu verhandelt.

GWÖ-Zahlen (rw)

Die Armutsgefährdungsschwelle für einen Einpersonenhaushalt liegt in Österreich bei € 1.238,- Brutto. Die geringste Verdiensthöhe liegt in St. Virgil bei € 1.658,- Brutto (Basis 40-Stundenstelle, 14 Zahlungen).

### *Selbstorganisation des Verdienstes*

Die Selbstorganisation des Verdienstes ist leider nicht möglich. Wenn man die zeitliche Flexibilität hier mit heranzieht, können Mitarbeitende über das Maß der Arbeitszeit auch den Verdienst beeinflussen.

### *Arbeitszeiten und Arbeitslastenverteilung*

Grundsätzlich gilt bei uns die 40-Stunden-Woche. Wir gehen von einer 5-Tages-Woche aus, bei flexiblen Tagen sind vorwiegend zwei freie Tage vorzusehen. Bei Teilzeitkräften wird das Gehalt / der Lohn aliquot errechnet.

Die Arbeitszeiten werden durch ein Zeiterfassungssystem erfasst, was in der Branche (Hotel und Gastgewerbe) äußerst selten ist. Die Mitarbeitenden können mittels Chip oder Magnetkarte ein- und ausstempeln, sowie ihre aktuellen Zeiterfassungsdaten abfragen. Am Monatsende erhält jede/r Mitarbeitende einen Monatsausdruck seiner/ihrer Zeiterfassungsdaten, welche vom Mitarbeitenden mit einer

Unterschrift bestätigt werden muss. Die Abwicklung ist in einem Anhang zur Betriebsvereinbarung geregelt.

Die Verteilung der Arbeitslasten erfolgt meist durch die Diensteinteilung der Abteilungsleitungen. Dies sollte soweit wie möglich in Teamgesprächen erfolgen.

### *Überstunden*

Überstunden sind nicht das grundsätzliche Konzept der Leistungserbringung. Die vereinbarten Arbeitszeitregelungen sollten über den Durchrechnungszeitraum eingehalten werden. Ohne Überstunden wäre allerdings, vor allem in der Hochsaison, bei Stoßzeiten und bei Engpässen wie (längere) Krankheitsfälle ein reibungsloser Ablauf des Tagesgeschäftes kaum möglich.

Überstunden fallen vor allem in der Gastronomie an, hier können in ruhigen Zeiten mittels Zeitausgleich die Stunden großteils abgebaut werden. Schwieriger sieht es im administrativen Bereich aus. Durch erhöhten Arbeitsumfang erarbeitete Überstunden können schwieriger abgebaut werden, da es in diesem Bereich kaum „ruhigere Zeiten“ gibt. Es ergeht eine Übersicht des monatlichen Stundensaldos und Resturlaubs aller Mitarbeitenden an den Wirtschaftsdirektor. Bei auffälligen Salden (minus/plus) erfolgt ein Gespräch mit der betroffenen Abteilungsleitung und darauf hin mit der/dem Mitarbeitenden. Dieser Ablauf ist in der Betriebsvereinbarung beschrieben. Basis ist die Jahresdurchrechnung für Vollbeschäftigte sowie die Halbjahresdurchrechnung für Teilzeitkräfte aus der Betriebsvereinbarung.

### *Gesellschaftliche Teilhabe der Mitarbeitenden*

Wir haben bei der Aktion „Rezept des Monats“ den Anspruch, dass sich Mitarbeitende aus verschiedenen Regionen über ein Rezept aus ihrer Herkunft vorstellen können. Englische Konversation mit unserem amerikanischen Mitarbeiter, Qi-Gong-Einheiten mit unseren Kolleg/innen mit Qi-Gong-Lehrerausbildung, Grillabende mit verschiedenen Köstlichkeiten von 13 Nationalitäten, gemeinsames Obstbäume setzen, vermehrtes ehrenamtliches Engagement bei der Lebenshilfe, Einbindung von Migrant/innen in österreichische Gebräuche sind Möglichkeiten, die wir fördern und stetig erweitern.

### *Selbstorganisation der Arbeitszeit und Arbeitszeitmodelle*

In den administrativen Bereichen (Sekretariate, Studienleiter/innen) gibt es die Möglichkeit der Gleitzeit. Wünsche für den monatlichen Dienstplan werden von allen Abteilungsleitenden entgegengenommen und so gut wie möglich berücksichtigt. Vor allem bei Teilzeitkräften versuchen wir auch die Gestaltungswünsche aufzunehmen.

#### *Work-Life-Balance*

Es wird individuell besonders auf Eltern Rücksicht (Teilzeitmitarbeitende, Pflegeurlaub, Urlaubsvorzug für Eltern in den Ferien etc.) genommen. Kuren werden anstandslos gewährt.

Die Abteilung Service zeigt sich im Bereich der Work-Life-Balance bereits sehr zukunftsorientiert. Dies ist durch eine Vielzahl an Teilzeitmitarbeitenden möglich.

### **Verpflichtende Indikatoren**

#### *Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung)*

Wir haben fünf geringfügig arbeitende Mitarbeitende und sieben Lehrlinge.

Der niedrigste Bruttojahresverdienst betrug im Jahr 2017 € 22.476,- und im Jahr 2016 € 22.043,81, der höchste Bruttojahresverdienst im Jahr 2017 € 51.368,- und im Jahr 2016 € 52.590,41. Dies bedeutet eine Spreizung von 1:2,29 im Jahr 2017 und 1:2,39 im Jahr 2016 auf Basis einer 40-Stunden-Woche.

Nicht berücksichtigt sind hier die sieben Lehrlinge mit Lehrlingsentschädigungen (davon eine Erwachsenenlehre mit erhöhtem Verdienst).

#### *Medianverdienst*

Der Medianverdienst ohne Mitarbeitende in der Erzdiözese Salzburg beträgt € 2.254,76 (2017) und € 2.104,78 (2016).

#### *Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst"*

Wir verwenden hier die Zahl des sogenannten „Referenzbudgets Österreich“. Dies liegt für 2017 bei 1.393,-- für Einzelpersonen. Diese Summe müsste ein/e Mitarbeitender/n Netto verdienen bei einem Zwölftel des Jahresverdienstes.

#### *Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit*

40-Stunden-Woche

### *Tatsächlich geleistete Überstunden*

Die Überstunden als auch der Resturlaub werden seit 2013 pro Mitarbeitenden monatlich in einer Statistik erfasst. Der Jahresvergleich zeigt, dass 2016 in Summe 537 Überstunden aufgebaut und im Jahr 2017 in Summe 492 Überstunden abgebaut wurden.

Die Zahlen beinhalten alle in St. Virgil angestellten Mitarbeitenden ohne geringfügig Beschäftigte.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Anhebung der unteren Verdienstgrenze bei der Definition der Zuzahlung zum kollektivvertraglichen Gehalt.

## C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Wir können bestätigen, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

## C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

### *Ökologisch-regionale Herkunft der Lebensmittel*

Für St. Virgil ist das Thema sorgfältiger Umgang mit Lebensmitteln schon sehr lange wichtig. Über den Beitritt zum Klimabündnis wurde der „fair trade“ Gedanke systematisiert und durch die seit 2006 erfolgte EMAS-Zertifizierung ist das Thema auch in den Abläufen und Strukturen verankert. Wir kochen sorgsam und kaufen weitgehend regional, saisonal und wo preislich möglich auch bio ein (siehe A3). Diese Qualität kommt unseren Gästen wie auch unseren Mitarbeitenden zu Gute. Den Mitarbeitenden ist dies vielfach auch sehr viel wert und essen gerne im Unternehmen. Auch werden Erfahrungen mit nach Hause genommen. Es gibt auch Angebote, vom Betrieb organisierte biologische Lebensmittel wie Säfte und Honig privat zu günstigen Konditionen kaufen zu können.

### *Verkehrsmittel*

Der größte Anteil der Mitarbeitenden reist mit PKW an, davon einer bereits mit Elektroauto (kann im Unternehmen gratis tanken). Ein Teil reist mit den öffentlichen Verkehrsmitteln an (hier wird das Jobticket gefördert) und es gibt auch eine eingeschworene Radlergruppe welche Sommer wie Winter mit dem Drahtesel in die Arbeit fahren.

Wir bieten Wohnungen (3) und Zimmer (8) für Mitarbeitende an, die meist auch alle genutzt werden. Dadurch kommen diese zu Fuß.

### *Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden*

Die Weiterbildung bzw. Mitarbeitenden-Sensibilisierung in Hinblick auf das ökologische Verhalten ist schon aufgrund unserer EMAS-Zertifizierung ein wichtiger Punkt und wird regelmäßig durchgeführt (Hauskonferenz, Exkursionen, Vorträge, Zeitschriften, ...).

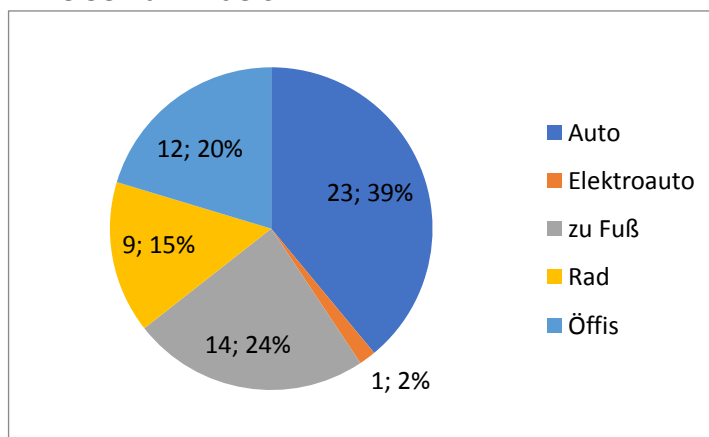
Weiterbildungsangebote werden jederzeit genehmigt.

## **Verpflichtende Indikatoren**

### *Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft*

Das Frühstück ist zu 95% bio-ausgezeichnet. Bei allen anderen Mahlzeiten haben wir Produktgruppen wie Kartoffeln, Äpfel, Milch, Eier, die wir ebenfalls komplett bio beziehen. Kaffee und Tee sind komplett bio und wenn notwendig fair trade.

### *Anreise zur Arbeit*



**Stand Dezember 2017**

Die Statistik zeigt, dass rund 40% der Mitarbeitenden täglich mit dem Auto anreist.

### *Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden*

Es stehen den Mitarbeitenden das E-Bike, das E-Auto und Leihfahrräder für Dienstfahrten kostenlos zur Verfügung. Dies wird gut angenommen. Der E-Auto-Besitzende-Mitarbeiter nützt täglich gratis die E-Lade-Station.

Heimische Säfte, Bioweine, EZA-Produkte und der hauseigene Honig werden von den Mitarbeitenden zu günstigen Konditionen immer wieder gerne gekauft. Ein besonderes Highlight für die Gäste als auch die Mitarbeitenden ist im Sommer das heimische Bioeis!

Das Kaffeeangebot von EZA steht im Personalspeisesaal allen Mitarbeitenden kostenfrei zur Verfügung.

Wertvolle Beeren, Früchte, Pilze und Kräuter (Bärlauch, Lindenblüten, etc.) werden von interessierten Mitarbeitenden im weitläufigen Park gesammelt.

Die von der Gastronomie angepflanzten Küchenkräuter, Kürbisse und Zucchini wurden u.a. auch für das Personalesen verwendet.

Ein Anteil in Prozent ist mit vernünftigem Aufwand nicht zu erstellen (siehe dazu allerdings auch Zahlen unter A3).

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Erhöhung der Mitarbeiterzahl bei der Aktion „Wer radelt gewinnt“ um zwei Drittel!

Kauf eines E-Firmenwagens mit privater Nutzungsmöglichkeit sowie eine gratis Nutzungsmöglichkeit der E-Ladestation für private Fahrzeuge.

Das E-Bike wurde mitarbeiterfreundlich im Empfangsbereich platziert und mehrmals beworben. Dies erhöhte die Nutzungsfrequenz merklich.

Der Kauf von heimischen Natursäften und des hauseigenen Honigs wurde auf den Weg gebracht. Wiederverwendung von alten Archivordnern.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Einführung von Glasstrohalmen werden empfohlen und wird den Mitarbeitenden günstig zum Kauf angeboten.

Die Veggie-Thek vermehrt für das Personalesen anbieten bzw. ein täglich leichtes, fleischfreies und gesundes Gericht zum guten klassischen Mittagstisch anbieten.

Auffrischungsvortrag im Rahmen der Hauskonferenz zum Thema richtige Mülltrennung.

Bewussteres Druckverhalten schulen.

## **C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens**

Wir können bestätigen, dass wir die Verschwendung von Ressourcen nicht fördern. Bei möglichem unökologischen Verhalten versuchen wir im positiven Sinne aufklärend zu arbeiten, um es zu vermeiden oder zu reduzieren.



## C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

### *Zugang zu wesentlichen/kritischen Daten*

Aufgrund der DSGVO-Verordnung wurde die Zugänglichkeit von wesentlichen/kritischen Daten für die Mitarbeitenden nicht gerade erleichtert.

Wir stellen den Mitarbeitenden in der Hauskonferenz immer wieder Informationen über den wirtschaftlichen Stand im Unternehmen zur Verfügung. Ebenso wird zumindest monatlich über personelle Veränderungen berichtet. Auch wird regelmäßig über Projekte berichtet.

### *Auswahl Führungskräfte*

Die Leitung wird über ein Auswahlverfahren ausgewählt und muss im Konsistorium der Erzdiözese und vom Erzbischof bestätigt werden. Die Leitungskolleg/innen sind eingebunden, ebenso ein/e Vertreter/in der Studienleiter/innen.

Studienleiter/innen werden von der Leitung und Vertreter/innen der Kolleg/innen ausgewählt.

Die Abteilungsleiter/innen werden von der Leitung ausgewählt.

Eine Beteiligung der Mitarbeitenden ist grundsätzlich so nicht vorgesehen. Allerdings werden immer wieder bewährte Kolleg/innen der jeweiligen Abteilung mit einbezogen.

### *Mitentscheidung Mitarbeitende*

Wir haben einen Betriebsrat installiert. Dieser ist in vielen Gremien vertreten und erhält auch Informationen. Ganz wesentlich ist vor allem die Zusammenarbeit bei Fragen der Beschäftigung und Bezahlung. Ein Verfahren für eine demokratische Mitbestimmung ist nicht eingeführt. Bei einzelnen Fragen, wie zum Beispiel Ausstattung oder Berufskleidung, wurde dies immer wieder angewandt.

### *Erfahrung mit Transparenz und Mitbestimmung*

Inhaltlich werden sehr gute Erfahrungen gemacht, wenn Themen gemeinsam diskutiert werden. In Bezug auf Betriebsführung sind noch wenige Erfahrungen vorhanden.

### **Verpflichtende Indikatoren**

Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten – geschätzte 15%

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden - geschätzte 15%

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden - geschätzte 20%

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Es wurden die Stelle des Direktors und von Studienleiter/innen nachbesetzt. Dafür wurden besondere Arbeitsgruppen eingesetzt, die eine breite und transparente Diskussion ermöglicht haben.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Die transparente Darstellung der wirtschaftlichen Daten kann verbessert werden. Auch die Berichterstattung über laufende Projekte und Entwicklungen kann verbessert werden.

## **C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates**

Es liegt keine Verhinderung des Betriebsrates vor. Im Gegenteil werden die Mitarbeitenden ermuntert, sich in diesem Gremium einzubringen.

## **D1 Ethische Kundenbeziehung**

### *Gewinn neuer Kund/innen und Betreuung von Stammkundinnen*

Wir sind bekannt für ein hochwertiges und weltoffenes Bildungsprogramm, aber auch für die Qualität im Konferenz- und Hotelbereich. Viele Kund/innen, viele davon Stammkund/innen über Jahrzehnte, fühlen sich durch die Gastfreundlichkeit und persönliche Betreuung im Haus angesprochen und bauen eine Bindung zum Haus auf, die sie regelmäßig wiederkommen lässt. Gerade im Bildungsbereich kommen viele Menschen zu uns, die in herausfordernden Lebenssituationen Unterstützung und Orientierung suchen, aber auch, um

Schlüsselkompetenzen für das persönliche und berufliche Leben zu erwerben. Auch dabei entstehen viele persönliche Kontakte zu unseren Kund/innen über alle unsere Abteilungen hinweg, die als Teil der Betreuung gesehen werden können. Bestehende Kund/innen im Bereich Bildung haben die Möglichkeit, über unser Magazin und unseren Newsletter über aktuelle Angebote informiert zu werden.

Im Bereich Hotel und Konferenz konnten im Berichtszeitraum neue Kunden aufgebaut, bzw. viele Stammkunden gehalten werden. Der Ansatz für die Zusammenarbeit ist ein partnerschaftlicher und beruht auf gegenseitigem Entgegenkommen in Ressourcenfragen, bzw. in Vorlaufzeiten und Terminen. Man hat den Partner im Blick und denkt mit.

Was die Gewinnung neuer Kund/innen betrifft, so versuchen wir, vor allem Menschen, Unternehmen, Vertriebspartner anzusprechen, die sich mit den Themen identifizieren, die auch uns ein Anliegen sind. Wir suchen Partner, die unsere Werte teilen. Die meisten davon sind mit einem ethischen Ansprache verbunden und wollen zu einem guten Zusammenleben und einer guten persönlichen Entwicklung beitragen. Zu diesen Themen gehören: Richtiges und Gerechtes Handeln, Soziale Verantwortung, Nachhaltiger Genuss, Engagement für gesellschaftliche Weiterentwicklungen, Balance im Leben, Lebensqualität, Sinnstiftendes, Ethisches Handeln und Denken, Offenheit für andere Kulturen und Religionen, Kritikfähigkeit und Toleranz, Kunst und Kultur, Orientierung für persönliche Entwicklung und Familienleben bzw. unterschiedliche Lebensphasen. Ein Marketingprojekt, das von 2015 bis 2018 lief, widmete sich den Fragen, wie es gelingt, die entsprechenden Zielgruppen zu erreichen und entwickelte eine Strategie für eine entsprechende Corporate Identity mit Werbematerialien und Marketingstrategien, die großen Wert auf Authentizität und die oben benannten Inhalte legen. Damit versuchen wir aber natürlich auch, Menschen für unsere Angebote zu interessieren, die in ihrer Lebensführung aktuell noch andere Schwerpunkte setzen.

### *Kundennutzen und Umsatzstreben*

Die Arbeit von St. Virgil ist in ein umfassendes Verständnis von Gesellschaft und Menschsein eingebunden. Dieses wurde in einem Leitbild ausgearbeitet und definiert, durch welche Prinzipien und Haltungen die Arbeit von St. Virgil geleitet wird. Über Kund/innen findet sich folgender Abschnitt im Leitbild: *„Unser Bildungsangebot orientiert sich an den unterschiedlichen Erfahrungen von Menschen in verschiedenen Lebenssituationen. St. Virgil Salzburg eröffnet Möglichkeiten, um die eigenen Lebensentwürfe zu hinterfragen, Lebenskompetenzen weiterzuentwickeln und eigene Lebensperspektiven zu überprüfen und neu zu gestalten. St. Virgil Salzburg greift ethische, soziale, religiöse und kulturelle Themen auf und setzt Impulse zur Entwicklung von innovativen Lösungsansätzen für brennende gesellschaftliche Fragen. St. Virgil Salzburg bietet für Menschen, die ihre beruflichen Fähigkeiten weiter entwickeln wollen, vor allem multiprofessionelle und interdisziplinäre Weiterbildungen an.*

*St. Virgil Salzburg steht als Konferenzzentrum regionalen, nationalen und internationalen Veranstaltern aus Wissenschaft und Wirtschaft, Kirchen und Kultur sowie verschiedenen Interessensvertretungen als professioneller Dienstleister zur Verfügung und gewährleistet vertrauensvolle und verlässliche Zusammenarbeit.*

*Hotelkund\*innen von St. Virgil Salzburg sind sowohl die Teilnehmer/innen des Bildungsangebots und Gäste des Konferenzzentrums als auch Kulturgruppen und Studienreisende. Zu unseren Kund\*innen gehören ebenso die Gäste, die das gemütliche Parkcafé, das viel gelobte Restaurant oder den anspruchsvollen Cateringservice nutzen."*

*Im Bildungsbereich ist es somit eindeutig, dass der Nutzen für die Kund/innen sowie der gesamtgesellschaftliche Nutzen vor marktwirtschaftlichen Überlegungen steht. Die Kalkulationen sind so ausgerichtet, dass die entstehenden Preise für die, in den Blick genommenen Zielgruppen, bezahlbar sind.*

In den anderen Geschäftsfeldern wollen wir diesem Gedanken treu bleiben, sind aber stärker dem Markt ausgesetzt. Doch sprechen wir auch in diesen Bereichen verstärkt Kund\*innen an, die sich mit unserer Werteorientierung identifizieren, die ja durch eine ethische Stoßrichtung geprägt ist. Unsere Aufgabe ist es, gemeinwohlorientierten, sozial- und/oder nachhaltig arbeitenden Unternehmen Platz zur Verfügung zu stellen. Diese bekommen vorrangig Räume und vor allem die gleiche Serviceleistung als alle anderen „Vollzahler“. Wir unterstützen sich einmietende Organisationen auch durch unser Know How und durch Vermittlung von Referent/-innen. Darüber hinaus bieten wir bestimmten, sozial schwächeren Gruppen ermäßigte Preise an, damit unsere Leistungen für sie möglichst leistbar sind.

*Kund\*innen-Gruppen mit erschwertem Zugang zu den Angeboten von St. Virgil*

Wir wissen, dass soziale, kulturelle und ökonomische Faktoren dazu beitragen, dass Menschen nicht oder in geringerem Ausmaß an Bildungsveranstaltungen teilnehmen. Dies gilt sowohl für Angebote, die der beruflichen Weiterbildung dienen als auch für solche, die der persönlichen Bildung dienen. Diesem Umstand begegnen wir im Bildungsbereich vor allem durch drei Strategien. Erstens versuchen wir, die Preise für unsere Angebote, niedrig zu halten. Gerade unsere Veranstaltungen im Bereich „Lebenswege“, wo es um die Bewältigung herausfordernder Lebenssituationen geht (Trauer, Erziehung, Umgang mit Krankheit etc.) sollen möglichst niederschwellig zugänglich sein. Zweitens können zusätzlich Nachlässe nachgefragt werden, die sehr großzügig behandelt werden. Zudem sind wir Partner der Aktion „Hunger auf Kunst & Kultur“ und gewähren Inhaber/innen des Kulturpasses auf Anfrage besondere Reduktionen. Drittens – und dies ist die Strategie mit der größten Wirkung – bilden wir sehr viele Multiplikator/innen weiter. Wir kooperieren mit sehr vielen Vereinen und

NGOs, die mit und für benachteiligten Menschen arbeiten und konzipieren passgenaue Bildungsveranstaltungen für deren (haupt- und ehrenamtlich) Mitarbeitenden. Diese wenden ihr erworbenes Wissen und ihre erlernten Kompetenzen dann im Kontakt mit, und zum Wohl von benachteiligten, Menschen an und transportieren unsere Fortbildungsangebote auf diesem Weg in die Praxis.

Im B2B haben wir klare Definitionen unserer Preisgestaltung, die vor allem sozial aktive „Unternehmen“ berücksichtigt. Die Rabattpolitik ist nicht mengengesteuert sondern inhaltlich. Diese Rabatte müssen auch nicht „erbettelt“ werden, sondern werden aktiv angeboten.

Eine weitere Gruppe von Menschen, die bekanntermaßen einen erschwerten Zugang zu Bildungsangeboten hat, ist diejenige von Menschen mit Beeinträchtigung. Hier sind wir auf der baulichen Ebene so ausgestattet, dass ein großer Teil der Seminarräume barrierefrei zugänglich sind. Unsere Homepage kann in unterschiedlichen Schrift- und Bildgrößen angezeigt werden, sodass sie trotz Seheinschränkungen gelesen werden kann.

### **Verpflichtende Indikatoren**

- Übersicht der Budgets im Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen  
Vor dem oben genannten Marketing Projekt erfolgten die budgetären Aufzeichnungen über die Kontoblätter der einzelnen Kostenstellen und Bereiche. Seit dem Marketingprojekt gibt es ein Jahresbudget im Voraus und einen ausführlichen Marketing- und Kommunikationsplan, bzw. alle Werbeausgaben.
- Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %  
Alle Verkaufsmitarbeitenden sind fix angestellt und ohne umsatzabhängige Gehaltsbestandteile entlohnt.
- Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein  
Die Mitarbeitenden haben keine Umsatzvorgaben
- Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund\*innen-Gruppen gekauft wird.  
Im Bildungsbereich gibt es auf Anfrage entsprechende Nachlässe oder es melden sich Inhaber des „Hunger auf Kunst und Kultur“ Passes. Es gibt dazu keine zahlenmäßigen Erhebungen.  
Im Konferenz- und Hotelbereich bekommen Kundengruppen mit gemeinnützigem Status (oder ähnlichem) einen von St. Virgil definierten Rabatt. Auch hier sind aktuell keine Zahlen erhoben. Geschätzt könnten es ca. 50% sein.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:** Im Berichtszeitraum wurde ein Marketingprojekt durchgeführt (jedoch noch nicht abgeschlossen), das wichtige Prozesse im Bereich „ethische Kund\*innenbeziehungen“ angestoßen hat. Darin wurde definiert, mit welchen (ethischen) Inhalten, für die wir als Organisation

stehen, verstärkt Kund/innen gewinnen werden können. Die Entwicklung neuer Maßnahmen im Marketing wurde angestoßen, wobei darin das Leitbild (mit seiner Wertorientierung) immer Berücksichtigung findet.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Erhebung von Zahlen für „sozial“ geförderte Kundengruppen.

## D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Unsere Werbemaßnahmen sind authentisch und vermitteln ein angemessenes Bild unserer Angebote. Rassistische, sexistische, homophobe und andere diskriminierende Sujets kommen nicht vor und auch andere unethische Werbemaßnahmen werden nach bestem Wissen und Gewissen vermieden.

## D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

### *Kooperationen und Kooperationsziele*

In unserer Arbeit als Erwachsenenbildungseinrichtung haben wir uns als Ziel gesetzt, zumindest mit 100 Kooperationspartnern im Jahr aktiv zusammen zu arbeiten. Diese Zusammenarbeit fällt sehr unterschiedlich aus und verfolgt je nach Projekt verschiedene Ziele. Mit manchen Partnern werden ganze Lehrgänge gemeinsam entwickelt und abgehalten, was in der Regel eine langjährige und intensive Zusammenarbeit bedeutet. Mit anderen kooperieren wir nur punktuell bei einer konkreten Veranstaltung, etwa, was ihre Konzeption, Bewerbung und Finanzierung betrifft. Im Berichtszeitraum gab es, um einige Beispiele zu bringen, sehr intensive Kooperationen mit der Paracelsus Medizinischen Privatuniversität (PMU), der Universität Salzburg und dem Land Salzburg, Integrationsreferat. Die PMU ist Kooperationspartner in zwei Universitätslehrgängen (Early Life Care und Palliative Care – hier gemeinsam mit dem Dachverband Hospiz), die Universität Salzburg in drei weiteren (Migrationsmanagement, spirituelle Theologie im interreligiösen Prozess sowie Elementarpädagogik). In all diesen Lehrgängen ist es gelungen, das Knowhow und die Ressourcen der beteiligten Organisationen zu bündeln, um gemeinsam hochwertige Bildungsprodukte zu entwickeln und durchzuführen, die auf aktuelle gesellschaftliche Bedarfslagen reagieren. Darüber hinaus werden durch die Kooperationen Zielgruppen angesprochen und ausgebildet, was die einzelnen beteiligten Organisationen alleine so nicht leisten könnten. Die genannten Universitäten sind in diesem Zusammenhang aus unserer Sicht eindeutig als Mitunternehmen zu sehen, da sie ebenso wie wir dem Bildungsbereich zuzuordnen sind und an Bildungsangeboten zu ähnlichen Themen interessiert

sind. Durch die Kooperationen lassen sich die Kräfte bündeln und hochwertige Produkte realisieren. Mit dem Integrationsreferat des Landes Salzburg arbeitet St. Virgil intensiv am Thema Integration. Ein Ziel ist es, auf lokaler Ebene Lösungsstrategien für komplexe Herausforderungen zu finden. Darüber hinaus strebt St. Virgil mit dieser Kooperation an, die Zivilgesellschaft anzusprechen und einzubinden.

Andere Partnerorganisationen, mit denen im Berichtszeitraum (auf unterschiedliche Weise) kooperiert wurde, sind unter vielen anderen: FH Oberösterreich, Hochschulkooperation Ehrenamt, birdi Information & Begleitung für Familien, Hospiz- und Palliativakademie Salzburg, Kirchliche Pädagogische Hochschule – Edith Stein, Institut für integratives Lernen auf der Basis der Montessori-Pädagogik, Arbeitsstelle Gemeindeentwicklung der Pastoral- und Seelsorgeämter Österreichs, IMPulsLEBEN, KJ, KHJ, kmb, Arbeitsbereich Pastoraltheologie der Theologischen Fakultät der Universität Freiburg, Fachbereich Pastoraltheologie am Institut für Praktische Theologie der Universität Innsbruck, Berufsverband Diplomierter Ehe-, Familien- und Lebensberater/innen Österreichs, Verein Down Syndrom Österreich, Friedensbüro Salzburg, Frau & Arbeit Salzburg, Referat für Ökumene und Dialog der Religionen in der Erzdiözese Salzburg, Red'haus Salzburg, Frauenforum Feministische, Theologie, Diözesane Frauenkommission, Katholische Frauenbewegung, Referat für Spiritualität und Exerziten, Via Cordis Salzburg, Liturgiereferat der Erzdiözese Salzburg, Bibelreferat der Erzdiözese Salzburg, Referat Weltkirche der Erzdiözese Salzburg, Welthaus Innsbruck, KPH Graz, Haus der Begegnung Innsbruck, Institut für Religion und Frieden, Kommission Weltreligionen, Theologische Kurse, sabine – Salzburger Bildungsnetzwerk für nachhaltige Entwicklung und globales Lernen, Männerseelsorge der Erzdiözese München und Freising. Diese Kooperationspartner/innen kommen aus verschiedenen Bereichen und nicht alle können als Mitunternehmen bezeichnet werden. Doch viele kommen aus dem Bildungssektor (manche, wie das Haus der Begegnung, sind als Bildungshäuser St. Virgil durchaus ähnlich) und können, zumindest in Teilbereichen, als Mitunternehmen gesehen werden.

Im Bereich Hotel kommen Kooperationspartner\*innen aus folgenden Bereichen: Christliche Reiseveranstalter, Pilgerreisen, Chöre, Verbände, Vereine aus Kunst-Kultur und Bildungseinrichtungen (Studienreisen), Betriebsratsreisen, alternative Urlaubsanbieter aus dem Gruppenbereich (Radreisen, Urlaub mit Sinn, usw.)

Im Einzelnen sind es zwischen 15 und 20 Kooperationspartner\*innen mit denen wir seit Jahren vertrauensvoll zusammenarbeiten: 2017 waren das:

Biblische Reisen, Thomas Morus Akademie, Emmaus Reisen, SKR Reisen (StudienKontaktReisen) Landvolkshochschulen D, Bayrisches Pilgerbüro, Pilgerstelle der Bistümer Speyer und Mainz, Rotala Reisen, Binder Reisen, Grimm Reisen, Tobit Reisen, Diverse dt. Bildungshäuser, Cäcilienverband Freiburg, Schwarzwaldreisebüro (Gruppenabteilung).

Im Bereich Konferenz kommt ein großer Teil der Veranstalter aus dem Bereich der NGOs, Gesundheitseinrichtungen, Berufsverbände und

Interessensvertretungen. Für Gebietskörperschaften wie Land und Stadt Salzburg sind wir Ort der Fortbildung in vielen verschiedenen Settings. Einige Beispiele: Pro Juventute Akademie, Ausbildung der Landesbeamt\*innen, Jahrestagung Debra, Österreichischer Kinderhospiz- und Pallativkongress, Fortbildungsprogramme Führungskräfte der Stadt Salzburg, usw.

### *Solidarität gegenüber Mitunternehmern*

In all unseren Kooperationen im Bildungsbereich verhalten wir uns solidarisch und verfolgen uneigennützig Ziele. Wir geben unser Wissen und unsere Fähigkeiten an unsere Partner\*innen weiter und arbeiten gemeinsam an qualitativ hochwertigen Produkten. Die Kooperationen werden Einzelfallbezogen und in Hinblick auf die Möglichkeiten der Partner aufgestellt. Gerade kleinere Partner\*innen profitieren von diesem Zugang und können Formate mit uns gemeinsam realisieren, die sie alleine nicht schaffen würden. Unsere kooperationsfreundliche Haltung zeigt sich im Bildungsbereich am stärksten. Für den Hotel- und Konferenzmarkt sind wir in Vereinigungen aktiv tätig, die sich hauptsächlich bemühen, den lokalen Markt zu stärken und damit für alle ein besseres Umfeld zu schaffen (zum Beispiel Salzburg Convention Büro). Wir sind in Kooperationen tätig, die soziale Marktverhältnisse stärken wollen, wie z. B. Tauschkreis oder Kulturpass Salzburg.

### **Verpflichtende Indikatoren**

- Wie hoch ist der investierte Zeit- / Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil)  
In unserer Zeiterfassung wird dieser Teil der Arbeit nicht erhoben. Zum Verständnis des Arbeitsumfanges seien folgende Zahlen genannt.  
Im Jahr 2017 fanden 94 der 218 Bildungsveranstaltungen, die im Virgilmagazin beworben wurden, in Kooperation statt, das entspricht einem Anteil von ca. 43 Prozent. Hinzu kommen unsere 5 Universitätslehrgänge, die alle in Kooperation durchgeführt werden.  
Mit den 15 Kooperationspartner\*innen im Hotelbereich entstanden die 2017 stattgefundenen 22 Bildungs- Studien- oder Musikreisen (Kulturwochen) durch eine gemeinsame Erarbeitung der Programme, wie begleitende Vorträge, Kulturveranstaltungen und Besichtigungsprogramme.
- Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt:  
Diese Zahlen sind nicht erhoben worden.
- In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?  
(Anzahl: x/3)



- Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards  
Die Universitätslehrgänge entstehen in enger Zusammenarbeit mit den jeweiligen Berufsverbänden. Branchenstandards wurden nachweislich erhöht im Bereich Palliativ Care (Hospizverband, Palliativ Medizin, Pflegebereich) und Early Life Care (Hebammen, Neonatologie, Krankenhausseelsorger\*innen)  
Mit dem Berufsverband der Österreichischen Bestattungsunternehmen und den Seelsorgeämtern Österreichs erarbeiten wir eine, alle zwei Jahre stattfindende, Tagung zur „Bestattungskultur, die nachweislich die Branchenstandards beeinflusst, verändert und verbessert hat. Dies gilt auch für den Lehrgang „Freiwilligenmanagement“ in Kooperation mit den Fachhochschulen Nürnberg und Linz. Damit hat eine Professionalisierung in Organisationen wie (Rotes Kreuz, Feuerwehr, Pfarren, usw.) durch die ausgebildeten Absolvent\*innen stattgefunden.  
Das gilt auch für eine Reihe von Fachtagungen wie z. B. die Piklertagung (Krippentagung), die Österreichische Downsyndrom Tagung oder die Tagung der Ehe- und Familienberater\*innen.
- Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying) Als Gründungsmitglied der Österreichischen Armutskonferenz und Vorstandsmitglied im neuen Verein haben wir einen aktiven Beitrag dazu geleistet Menschen in Armut in Österreich eine Stimme zu geben. Gesetzliche Standards im Sozialhilfegesetz wurden auch auf Druck der Armutskonferenz neu beurteilt.
- Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards Als Mitglied des Netzwerks SABINE in Salzburg wurden insbesondere ökologische und soziale Standards mit Interessensvertretungen aus Wirtschaft und Zivilgesellschaft diskutiert und eine neue Durchlässigkeit zwischen Institutionen erreicht.
- Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen Es wurden weder Arbeitskräfte noch Stunden von Mitarbeitenden an andere Unternehmen weitergegeben.
  - anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
  - der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
- Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen Es wurden keine solchen Aufträge an Mitunternehmen weitergegeben.
  - anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
  - der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge)

- Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen Es wurden auch keine Finanzmittel an andere Unternehmen weitergegeben.
  - anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
  - der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn)

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Es wurden Kooperationen mit ca. 100 Partnern im Bildungsbereich realisiert, fünf davon beziehen sich auf Universitätslehrgänge.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Bildungsarbeit, die zum Wohle der Teilnehmer/innen und der Gesellschaft erfolgt, braucht die ständige Bereitschaft, Kooperationen einzugehen und Kräfte mit Organisationen und Initiativen zu bündeln, die ähnliche Ziele verfolgen. Diese Haltung ist tief im Selbstverständnis und wird auch nach dem aktuellen Berichtszeitraum starke Aufmerksamkeit erhalten. So werden die Kooperationen in den Universitätslehrgängen sowie in vielen anderen Veranstaltungsformaten beibehalten. Darüber hinaus werden neue Partnerschaften angebahnt, etwa mit der Salzburger Gesellschaft für partnerschaftliche und gesundheitsfördernde Unternehmenskultur, der Salzburger Armutskonferenz oder dem Freiwilligenzentrum Salzburg.

## D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Die Marktmacht von St. Virgil besteht vor allem gegenüber anderen Häusern der Erwachsenenbildung, ist aber nicht sehr ausgeprägt. Wir sind mit unseren Mitunternehmen in gutem Austausch und können bestätigen, dass wir auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichten.

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

## *Ökologische Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen*

Die Herausforderungen, die mit den ökologischen Auswirkungen unserer Produkte und Dienstleistungen einhergehen, gestalten sich unterschiedlich in unseren Tätigkeitsbereichen Bildung, Hotel und Gastronomie/Konferenz. Bei Bildungsveranstaltungen gibt es vor allem zwei Aspekte. Erstens thematisieren wir in Seminaren und Tagungen immer wieder Themen wie Nachhaltigkeit, Globalisierung, Gesellschaftswandel und den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen. Dadurch setzen wir Impulse in diesen Bereichen, die in die Gesellschaft hinein wirken. Zweitens entsteht durch die Veranstaltungen selbst ein Ressourcenverbrauch, der mit Verbrauchsmaterialien wie Papier und Stiften, der Nutzung der Infrastruktur (Wasser- und Stromverbrauch, Heizung, entsprechende Reinigung etc.) sowie mit der Mobilität der Teilnehmenden und der Referent/innen in Verbindung steht. Bei den Verbrauchsmaterialien haben wir, wie in Punkt (A) schon beschrieben, sehr gute Werte und auch beim Ressourcenverbrauch, der durch die Nutzung der Infrastruktur entsteht, sind wir auf einem sehr guten Weg. Bei der Mobilität der Referent/innen versuchen wir, soweit möglich, eine ökologische Anreise anzuregen. Wir erstatten in der Regel den Preis für eine Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln und bezahlen nur in Ausnahmefällen Kilometergeld (etwa, falls Materialien transportiert werden müssen). Sollte ein Flug notwendig sein, so wird kompensiert. Zurzeit geschieht dies über das Unternehmen „atmosfair“. Was die Teilnehmer/innen betrifft, so ist es uns im Berichtszeitraum gelungen, durch eine Kooperation mit „Salzburg Verkehr“ und einer Unterstützung im Rahmen der Partnerschaft „Salzburg 2050“ des Landes Salzburg, folgendes zu ermöglichen: Eine Buchungsbestätigung einer unserer Veranstaltungen berechtigt an Veranstaltungstagen (ab 6 Stunden vor Beginn bis 6 h nach Ende der Veranstaltung) zur kostenlosen An- und Abreise mit dem Bus oder der S-Bahn aus dem gesamten Bundesland.

In der Hotellerie haben wir durch die konstante Arbeit mit EMAS einen hohen Standard erreicht. Zum Beispiel sind alle Matratzen mit Umweltzeichen versehen und keine Minibars vorhanden. Der Verkauf der Hotelzimmer ist vor allem auf Gruppen ausgerichtet, die meist in Bussen und nicht individuell anreisen.

In der Gastronomie gestalten wir die Produkte sehr nachhaltig und ökologisch bewusst, was sich schon in der weiter oben beschriebenen Einkaufsstrategie niederschlägt. Angebote wie das „Salzburger Biofrühstück“, die „Bio-Pause“ und der „FleischFreiTag“ sind fixe Bestandteile unserer Gastronomie. Alle Produkte mit Kaffee sind bio und fair gehandelt. Im Parkcafé haben wir mit der Einführung von Glasstrohhalmern nochmals Plastik reduzieren können. Die Strohhalme werden auch an Gäste verkauft.

Unsere Buffets (90% der Gastronomie) sind so gestaltet, dass immer nur die gerade notwendigen Mengen aufs Buffet kommen, um Überproduktion und den damit verbundenen Abfall zu vermeiden.

Durch unsere Kommunikationskultur werden diese Gestaltungsansätze auch den Gästen kundgetan und fördern den Nachahmeffekt.

### *Strategien zur Reduktion ökologischer Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen*

Im Zuge von EMAS werden sehr viele Umweltdaten regelmäßig, meist monatlich, erhoben. Auswertungen werden monatlich und auch in Jahreszeitreihen erstellt und im Umweltteam besprochen. Die eingesetzten Stoffe wie Wasser, Erdgas, Strom und Abfall sind im Detail bekannt. Hauptsächlich über das Umweltprogramm werden kontinuierliche Verbesserungen vorangetrieben. Strategien und Maßnahmen zu den ökologischen Auswirkungen, die durch unsere Produkte und Dienstleistungen entstehen, sind somit fest in unsere Abläufe eingebunden. Aus der EMAS Arbeit gibt es zumindest alle zwei Jahre eine öffentliche Darstellung all unserer Arbeit auf diesem Gebiet.

### *Konsistenz, Effizienz und Suffizienz in St. Virgil*

Diese Themen sind auf verschiedenen Ebenen in unserem Geschäftsmodell verankert. Im Bildungsbereich bieten wir regelmäßig Veranstaltungen an, die sich der Nachhaltigkeit und entsprechenden Lebens- und Gesellschaftsmodellen widmen. Dabei spielen natürlich Konsistenz, Effizienz und Suffizienz eine entscheidende Rolle. Ziel ist es, Bewusstsein zu schaffen und Menschen dazu zu bewegen, in ihren Handlungsfeldern im Sinne der Nachhaltigkeit tätig zu werden. In der Hotellerie wollen wir hauptsächlich Produkte anbieten, die spirituelle und kulturelle Angebote in und um Salzburg wahrnehmen. So werden größere Wegstrecken vermieden und die Region gestärkt. Wir setzen auch stark auf Gruppenreisen, was bedeutet, dass sich Ressourcen effizient bündeln lassen, z. B. dann, wenn eine Busfahrt gemeinsam gemacht wird.

### *Förderung von maßvollem Konsum bzw. einer suffizienten Nutzung der Produkte und Dienstleistungen*

Einige Produkte in der Gastronomie weisen auf einen genügsamen Lebensstil hin. Wir verzichten auf Orangensaft und bieten nur Äpfel im Bio-„Obstkorb“ an. Darüber hinaus nehmen wir an Thementagen teil: jährlich der Tag des Apfels, wechselnd Sonne, Wind, Wasser, Abfall. Der „FleischFreiTag“ wird jeden Freitag mit vegetarischen und veganen Produkten begangen. Auch haben wir die Ergänzung unseres „großen“ Buffets mit der rein vegetarischen „Veggiethek“ gestaltet. Dazu wird Informationsmaterial zur Verfügung gestellt. Auf den Speisekarten werden alle biologischen Produkte speziell ausgewiesen. In der Bibliothek werden thematisch entsprechende Bücher und Zeitschriften angeboten. Im Parkcafé bietet der „Denkstoff“ (Magazine und Zeitschriften zu den Themen Nachhaltigkeit und Zukunft) den Gästen die Möglichkeit fachlich wertvolle Artikel frei zugänglich zu lesen.

### *Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund\*innen gefördert?*

Soziale Werte sowie solche der Nachhaltigkeit sind Teil unseres Leitbildes. Wie weiter oben beschrieben, sind sie auch integraler Bestandteil unseres Marketingkonzeptes und unserer Corporate Identity. Wir stehen für einen bewussten und sozial verträglichen Umgang mit Ressourcen und kommunizieren diese Haltung in unserer Marketingstrategie. Im Virgilmagazin, das neben unserem Programm redaktionelle Artikel enthält, kommt unser Engagement zur Nachhaltigkeit beispielsweise regelmäßig zur Geltung. Ein Ziel dieser Maßnahmen ist es, dass unsere „Botschaft“ in diesem Bereich bei den Kunden ankommt und sie zur maßvollen Nutzung von Ressourcen angeregt werden. Eine Strategie in der Kommunikation mit Hotelgästen besteht darin, unser Engagement in Sachen Nachhaltigkeit in den Zimmermappen zu beschreiben. Dort bitten wir auch um Unterstützung, was die maßvolle Nutzung von Ressourcen betrifft (Licht, Heizung, Reinigung). In unserem öffentlichen Bereich bieten wir die „Grüne Kurve“ an, in der 4-mal im Jahr wechselnd Themen umfassender mit Infomaterial dargestellt wird (Geschenkeinkauf, Umgang mit Energie, Bienen, Solar, ...).

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

In einem größeren EU-Projekt, von uns initiiert, werden die meisten Kooperationsitzungen durch Videokonferenzen abgedeckt.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Das Einbeziehen von E-Learning in Kombination der Präsenzeinheiten wird verstärkt. Die Einrichtungen für Videokonferenzen können verbessert werden, so dass sowohl bei eigenen als auch externen Veranstaltern Referent/innen von weit her die Anreise entfallen kann.

## D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Wir können bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt.

## D4 Kund\*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

### *Mitsprachemöglichkeiten von Kund\*innen*

Wie weiter oben geschildert, arbeiten wir im Bildungsbereich sehr viel in Kooperationen. Viele der Organisationen, die dadurch in die Gestaltung der Angebote eingebunden sind, repräsentieren die Interessen und Bedürfnisse der

Zielgruppe der entsprechenden Veranstaltung. Um ein Beispiel zu geben: Die Veranstaltung „Erhol' mich mal! Eine Reise zur Freundschaft mit sich selbst“ will eine besondere Auszeit für junge Erwachsene bieten und zielgruppengerechte Angebote für dieses Anliegen bereitstellen. Durch die Einbindung der Katholischen Jugend und der Katholischen Hochschulgemeinde (u.a.) in die Konzeption der Veranstaltung wird sichergestellt, dass die Anliegen und Sichtweisen der Zielgruppe entsprechend berücksichtigt werden. In sehr vielen Fällen werden Entscheidungen zwischen den Kooperationspartnern paritätisch gefällt. Die entsprechenden Informationen und Überlegungen werden dafür allen Beteiligten offengelegt. Kooperationen sind somit automatisch mit maximaler Transparenz verbunden. Kooperationspartner und die durch diese repräsentierten Kund/innen spielen eine ganz zentrale Rolle, wenn es um die Produktentwicklung im Bildungsbereich geht. Teile unserer Bildungsveranstaltungen werden evaluiert, wobei auch die Wünsche und Bedarfe der Kund/innen ermittelt werden.

Im Rahmen des Marketingprojekts wurden sogenannte „Runde Tische“ mit ausgewählten Kund/innengruppen durchgeführt. Die gewonnenen Erkenntnisse fließen in der Folge in die Produktgestaltung, bzw. in die Kommunikationspolitik ein.

Im Konferenzbereich werden viele Veranstaltungen erst mit dem Kunden entwickelt, ebenso bei Kulturgruppen im Hotel. Wir stellen in diesem Zusammenhang unsere Expertise „vor Ort“ (Know-How als Erwachsenenbildner, Kenntnis aller Kultureinrichtungen in Salzburg, Vernetzung mit den touristischen Anbietern, Kontakte zu den Salzburger Festspielen, lokalen Anbietern, usw.) unentgeltlich zur Verfügung. Wir bringen dieses Wissen in die Zusammenarbeit mit Reisepartnern ein und erarbeiten mit dem jeweiligen Kunden ein maßgeschneidertes Angebot, das auf die besonderen Bedürfnisse der Endkunden abgestimmt ist (Alter, Interessen, Budget) Für besondere Lebenssituationen werden in Kooperation mit Partnern spezielle Angebote erarbeitet (Singlereisen, Übergang in die Pension, usw.)

Für Impulse von Kund\*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen ist ausreichend Raum in unseren Kooperationen. Wie gesagt stellen wir auf diese Weise sicher, dass die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kund/innen Gehör bekommen. Das gilt auch für Anliegen zur sozial-ökologischen Verbesserung unserer Produkte und Dienstleistungen.

### *Öffentlich zugängliche Produktinformationen*

Im Bereich Bildung sind die Inhalte über unser Magazin, unsere Homepage und etwaige Folder klar definiert und für jede/n zugänglich. Die Wertschöpfungskette bei Bildungsveranstaltungen involviert hauptsächlich den/die Referierende/n und die Struktur- bzw. Verwaltungskosten des Hauses sowie die Prozesse, die zur Bildungsveranstaltung führen (Konzeption, Kommunikation etc.). Diese wird nicht im Detail aufgeschlüsselt und kommuniziert.

Im Hotel beschreiben wir unsere Hotelleistung recht klar in Foldern und auf der Homepage. Ebenso im Konferenzbereich. Auch in der Gastronomie ist das Thema der Inhaltsstoffe über die gesetzlich vorgeschriebene Allergenverordnung gut geregelt.

Die ökologischen Bezüge sind in der durch EMAS vorgeschriebenen und vom Gutachter freigegebenen Umwelterklärung gut definiert.

Die Preisfindung ist nicht im Detail ausgewiesen. Allerdings sind die einzelnen Komponenten des angebotenen Preises meist gut kommuniziert (Vollpension, Pauschale, ...).

### **Verpflichtende Indikatoren**

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

Solche Produkt- und Dienstleistungsinnovationen machen prozentuell einen kleineren Teil unseres Angebotes aus. Denn gelingt es gerade im Bildungsbereich immer wieder, dass durch die Mitwirkung von Kund/innen Angebote entstehen, die auf soziale Verbesserungen abzielen. So wurde z. B. im Zuge der Fluchtbewegung ab 2015 mit und für Ehrenamtlichen eine Fortbildung zum Thema Flucht, Asyl und Integration ins Leben gerufen, die genau jene Themen und Fragen aufgriff, mit denen Ehrenamtliche in der Praxis konfrontiert wurden.

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

Trifft auf unsere Branche nicht zu.

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

Ein Anteil kann hier nicht wieder gegeben werden. Es sind aber eher wenige Teile unseres Angebotes, wo Preisbestandteile veröffentlicht sind. Im Hotel kann zwischen Einzelleistungen (Nacht, Mittag- und Abendessen) und Arrangement unterschieden werden. Im Konferenzbereich wird immer ein konkretes Angebot erstellt. In diesem sind dann schon viele Komponenten als Detail dargestellt oder nach Wunsch als Pauschale. In der Bildung haben wir keine veröffentlichten Preisbestandteile.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Die intensive Beschäftigung mit den Partner\*innen im Gruppenreisenbereich sowie eine Marktanalyse waren Grundlage für die Entwicklung einer Gruppenpreisliste. Sie ist abgestimmt auf unsere Kernzielgruppen im Hotelbereich. Diese Gruppenpreisliste wird bei Kundenkontakten im B2B Bereich kommuniziert.

Für Feste und Feiern, bzw. für die Gestaltung von Bewirtung und Catering im Hotel- und Konferenzbereich wurde ein umfangreiches „Kulinarium“ entwickelt. Darin werden Themenbuffets, räumliche und organisatorische Bedingungen sowie eine breite Auswahl an Möglichkeiten zur individuellen Zusammenstellung

von Speisen und Getränken inkl. Preise kommuniziert. Die Preisgestaltung ist transparent und maßgeschneidert für die jeweilige Veranstaltung.

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Wir beziehen in unsere Arbeit stark die Kooperationspartner\*innen ein, die auch z. T. Kundenstatus haben. Verstärkt soll die Einbeziehung von Endkunden werden: in der Produktentwicklung und der Entstehung innovativer Produkte in allen Geschäftsfeldern.

## **D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen**

Wir können bestätigen, dass unsere Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund\*innen und Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen. Das Gefahrstoffkataster ist vorhanden und wird aktuell gehalten und laufend evaluiert.

#### **Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

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

Bildung, so wie wir sie in St. Virgil verstehen und anbieten, ist eine der wichtigsten Grundlagen, damit Menschen die neun Grundbedürfnisse von M. Max-Neef und M. Rosenberg erfüllen können. Sie führt dazu, neu wahrzunehmen, anders zu deuten und differenzierter zu urteilen. Das gelingt dann, wenn die Menschen ihre Kenntnisse und Fähigkeiten auf vielfältige Weise erweitern und dadurch neue Handlungsspielräume erfahren. Ausgehend von der Selbstverantwortung aller Beteiligten schaffen wir Lernbedingungen, die die individuellen Fähigkeiten zur Selbstbestimmung und Selbstsorge stärken. So entstehen Räume für soziales und kooperatives Lernen sowie für gemeinschaftliches Erleben. Ressourcen, Vorwissen und Erfahrungen der Teilnehmer/-innen sind für uns wichtige Anknüpfungspunkte. Freude am Lernen gehört genauso zum Lernprozess wie Fragen stellen, aus Fehlern lernen und Konflikte als Herausforderungen annehmen. Lernen gelingt in einer entspannten Atmosphäre und in einem Klima des Respekts und der Toleranz. Unsere Fortbildungsveranstaltungen beinhalten somit wesentlich mehr als „formale Bildungsabschlüsse“, sondern sie dienen der umfassenden menschlichen Entwicklung im individuellen wie im sozialen Sinn. Alle der angesprochenen Grundbedürfnisse kommen dabei zur Geltung und finden sich in unserem Bildungsprogramm wieder. Alle anderen Dienstleistungen, die diese Weiterbildung ergänzen, wie Hotel und Gastronomie, entsprechen ebenso dieser Denk- und Handlungsweise. In den Dienstleistungen im Hotel, dem



Konferenzzentrum und der Gastronomie, die der Sparte „Sozial oder Gemeinwesen“ zugeordnet sind, erbringen wir diese DL unter dem gleichen Aspekt und sprechen Veranstalter und Gruppen an, die sich mit den Grundbedürfnissen der Menschen beschäftigen und ein gutes Leben entwickeln wollen (Beispiele sind: Einrichtungen des Gesundheitswesens, der Therapie, der Pädagogik, der Altenbetreuung, Kirchen, ...).

### *Luxusprodukte*

Solche Produkte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können, haben wir eigentlich nicht in unserem Angebot. Im Hotel- und Konferenz- und Gastronomiebereich kann es zu Fällen kommen, wo die Nutzung der Angebote durch Kund/innen als Luxus interpretiert werden kann – etwa, wenn jemand ein Zimmer mietet, der sich auf einer Weltreise befindet oder eine Kosmetikfirma einen Seminarraum mietet, in dem neue Produkte entwickelt werden, die als Luxus angesehen werden. Doch unsere Angebote selbst sind in keinem dieser Beispiele Luxusprodukte.

Im Bereich Studien- und Festspielreisen (sowohl Incoming, als auch Outgoing mit den Reisen im Bildungsangebot) kann es Produkte geben, die auf den ersten Blick als hochpreisiger Luxus erscheinen mögen. Es geht dabei aber nicht um besonders teure Hotels, sondern immer um den jeweiligen Inhalt, der in hoher Qualität und möglichst authentisch mit einem Bildungsanspruch vermittelt wird. (begleitende Vorträge, Kunsthistoriker als Reiseleiter, usw. ) Ein erheblicher Preisfaktor dieser Reisen ist auch der hohe Betreuungsschlüssel an fachlicher, organisatorischer und in manchen Produkten auch seelsorglicher Begleitung. Gruppen werden in der Regel bei Führungen ab 20 Personen geteilt. Die im Preis enthaltenen Eintrittskarten zu qualitativ hochwertigen Kulturveranstaltungen sind ein weiterer Faktor.

### *Produkte/Dienstleistungen für persönliches Wachstum und Gesundheit*

Unser Bildungsangebot ist von Anfang an so konzipiert, dass es das Anliegen verfolgt, Menschen im persönlichen Wachstum zu unterstützen. Es orientiert sich an den unterschiedlichen Erfahrungen von Menschen in verschiedenen Lebenssituationen und eröffnet Möglichkeiten, um die eigenen Lebensentwürfe zu hinterfragen, Lebenskompetenzen weiterzuentwickeln und eigene Lebensperspektiven zu überprüfen und neu zu gestalten. Für Menschen, die ihre beruflichen Fähigkeiten weiter entwickeln wollen, bietet St. Virgil vor allem multiprofessionelle und interdisziplinäre Weiterbildungen zu Themen an, die sich am Puls der Zeit bewegen und in der Regel so gestaltet sind, dass sie auch der persönlichen Entwicklung der Teilnehmer/innen dienen. Dabei gibt es oftmals Schnittpunkte zu gesundheitsrelevanten Themen. Ein Beispiel dafür ist die jährlich stattfindende Tagung (Vorträge und Workshops) „Zeitkrankheiten“, in der aktuelle Krankheitsformen thematisiert werden. Aber auch in den

Universitätslehrgängen Early Life Care sowie Palliative Care spielen Fragen der Gesundheit eine zentrale Rolle. Im Konferenzbereich arbeiten wir mit vielen Kund/innen, die sich dem persönlichen Wachstum und/oder der Gesundheitsförderung verschrieben haben.

### *Lösung bzw. Minderung von gesellschaftlichen/ökologischen Problemen*

St. Virgil Salzburg greift ethische, soziale, religiöse und kulturelle Themen auf und setzt Impulse zur Entwicklung von innovativen Lösungsansätzen für brennende gesellschaftliche Fragen. Dabei gibt es viele Schnittpunkte zu den gesellschaftlichen/ökologischen Problemen, wie sie in den UN-Entwicklungszielen herausgearbeitet werden. Dazu möchten wir drei Beispiele geben, die um weitere ergänzt werden könnten. A) Entwicklungsziel „keine Armut“: St. Virgil ist seit vielen Jahren Partner sowohl der österreichischen als auch der Salzburger Armutskonferenz. Es handelt sich dabei um Initiativen, in denen sich Organisationen zusammenschließen, um Armut und soziale Ausgrenzung in Österreich zu bekämpfen. Es wird sozialpolitische und zivilgesellschaftliche Arbeit geleistet und versucht, einen breiten Schulterschluss für Solidarität und Inklusion zu erreichen. In regelmäßigen Abständen finden auch Tagungen statt, die in und mit St. Virgil organisiert werden. Durch die Arbeit der Armutskonferenzen, die von St. Virgil auch über die regelmäßigen Tagungen hinaus mitgetragen und mitgestaltet wird, entstehen entscheidende Impulse für dieses UN-Entwicklungsziel. B) Entwicklungsziel „Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen“: St. Virgil kooperiert regelmäßig mit dem Friedensbüro Salzburg und bietet Veranstaltungen an, in denen die Themen Frieden und Gerechtigkeit ganz zentral sind. Dabei werden aktuelle Themen wie „Betteln“ oder „Extremismus“ aufgegriffen und thematisiert, welche Auswirkungen solche Phänomene für ein friedvolles Zusammenleben haben und wie ein guter gesellschaftlicher Umgang mit ihnen auszusehen hat. Durch die Einbindung wichtiger Stakeholder (etwa der Polizei beim Thema Betteln) und die Sensibilisierung von Multiplikator/innen wird durch solche Veranstaltungen ein echter Impact zu diesem UN-Entwicklungsziel generiert. C) Entwicklungsziel Gesundheit und Wohlergehen: Der Universitätslehrgang Early Life Care ist ein europaweit einzigartiges Angebot, das Fachkräfte ausbildet, die sich umfassend und interdisziplinär einer ganz entscheidenden Phase für die Gesundheit und das Wohlergehen eines Menschen widmen: Der frühen Kindheit. Professionelle und interdisziplinäre Angebote für diese Phase sind in Österreich noch viel zu wenig ausgebaut, obwohl viele Studien zeigen, dass es hier einen großen Bedarf gibt. St. Virgil hat in diesem Bereich somit ein Vorzeigeprojekt (mit)entwickelt, das über die Tätigkeiten der Absolvent/innen in der Praxis deutliche Spuren hinterlässt.

### **Verpflichtende Indikatoren**

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

1. Erfüllte Bedürfnisse

- decken Grundbedürfnisse: Bildung 95% Konferenz 80% Hotel + Gastronomie 70 %...
  - Statussymbol/Luxus (siehe oben)
2. Dienen der Entwicklung  
Die Entwicklung dieser Zahlen erscheint uns zu viel Aufwand.  
Grundsätzlich ist es die Aufgabe des Hauses Angebote zur Entwicklung der Menschen anzubieten. Die anderen beiden Bereiche sind entsprechend unserer Werte stark berücksichtigt.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:** Im Bildungsbereich weisen praktisch alle unsere Angebote einen starken Aspekt von Sinn und gesellschaftlichem Nutzen auf. Im Berichtszeitraum wurde eine große Zahl entsprechender Veranstaltungen durchgeführt.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:** Persönliche und gesellschaftliche Bedürfnisse sind einem Wandel unterworfen und müssen laufend aktualisiert werden. In Kooperation mit verschiedenen Partnerorganisationen müssen wir uns diesen Veränderungen stellen und beständig unser Programm weiterentwickeln. Ein konkretes Beispiel für ein Zukunftsprojekt ist etwa folgendes: Immer mehr Menschen haben Schwierigkeiten, ihren Alltag zu bewältigen: Stress, Überlastungen, Orientierungslosigkeit, fehlende Resilienzfähigkeit sind weit verbreitet Phänomene, die immer größere Teile der Gesellschaft betreffen. St. Virgil will daher in Zukunft verstärkt an einer „psychosozialen Basisbildung“ arbeiten, die hier für Entlastung sorgt. Auf Initiative von St. Virgil wird ein Projekt mit EU-Mitteln (Erasmus+) begonnen, in dem gemeinsam mit internationalen Partnerorganisationen aus fünf Ländern an diesem Thema gearbeitet werden wird.  
Die Umsetzung hat bereits 2018 begonnen.

## E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Wir können bestätigen, dass keine menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden.

## E2 Beitrag zum Gemeinwesen

In der folgenden Tabelle findet sich eine Auflistung der direkten materiellen Beiträge des Unternehmens zur Sicherung des Gemeinwesens sowie der erhaltenen direkten materiellen Förderungen.

Text	2016	2017
Ortstaxe	32.713	33.984
Lohnabgaben	364.530	377.327
Grundsteuer	4.170	4.170
Umsatzsteuer	14.503	74.185
Lfd. Subventionen Stadt, Land, Bund	185.568	196.811
Projektsubventionen Bildung	45.966	28.082
Zuschüsse Träger	755.544	776.969

Neben den gesetzlich vorgeschriebenen Steuern und Abgaben leistet St. Virgil eine breite Palette an Tätigkeiten, die das Gemeinwesen fördern, vor allem über Tätigkeiten in Netzwerken, Vereinen und Organisationen, die Beiträge zum Gemeinwohl leisten. Diese Aktivitäten entstehen in erster Linie aus der Motivation, das gemeinwohlorientierte Selbstverständnis von St. Virgil mit seinem Fokus auf eine umfassende und menschenfreundliche Bildung, wie es im Leitbild definiert ist, umzusetzen. Eigeninteressen spielen dabei eine nachgeordnete Rolle. Allerdings ergeben sich dadurch einige positive Effekte für unsere Arbeit. Zum einen tragen diese Tätigkeiten (die zum Teil auch durch PR und Pressearbeit begleitet werden) dazu bei, dass St. Virgil als gemeinwohlorientiertes Unternehmen in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird und ein entsprechendes „Image“ entsteht. Zum anderen gelingt es über unser Engagement in unterschiedlichen Kontexten auch immer wieder, Veranstaltungen zu initiieren, die bei uns im Haus stattfinden.

Folgende Tätigkeiten können in diesem Zusammenhang genannt werden:

- St. Virgil ist Mitglied der Salzburger sowie der österreichischen Armutskonferenz und begleitet seit vielen Jahren die Entwicklungen in diesen beiden Institutionen. Seit Herbst 2018 ist St. Virgil im Vorstand der Salzburger Armutskonferenz vertreten und setzt somit wichtige Impulse für diese Organisation, die sich als Sprachrohr und Interessensvertretung für von Armut betroffene Menschen in Salzburg (und darüber hinaus) versteht und verschiedene Initiativen, Vereine und Organisationen zu diesem Thema zusammenbringt. Ein pädagogischer Mitarbeiter von St. Virgil bringt sich dafür im Rahmen seiner Arbeitszeit (etwa 2 Stunden/Woche) ein.
- Im Zuge der Fluchtbewegung (2015/2016) entstand in Salzburg die Initiative „Bildungsnetzwerk Fluch, Asyl, Integration“, an der eine pädagogische Mitarbeiterin von St. Virgil maßgeblich beteiligt war. Die Initiative (bestehend aus St. Virgil, Caritas, Diakoniewerk, Seelsorgeamt, Salzburger Bildungswerk,

Katholische Aktion und Plattform für Menschenrechte) realisierte in der Folge einen 8 Module umfassenden Lehrgang zum Minimalpreis von 40 € für in der Flüchtlingsarbeit engagierte Freiwillige. Dieser wurde drei mal angeboten. Die Freiwilligen bekamen auf diese Weise eine solide Basis für ihr Engagement. Die Arbeitszeit der Mitarbeiterin stellte St. Virgil der Initiative zur Verfügung. Das Bildungsnetzwerk besteht nach wie vor und setzt laufend Aktivitäten im Bereich Flucht/Integration.

- Der Direktor von St. Virgil ist Mitglied im Leitungsausschuss der Arbeitsgemeinschaft Salzburger Erwachsenenbildung (ARGE seb). Die ARGE ist ein Zusammenschluss von Salzburger Einrichtungen der Erwachsenenbildung, die sich systematisch und strategisch für die Erwachsenenbildung und deren Weiterentwicklung in Salzburg einsetzt. Unter anderen Zielen wird daran gearbeitet, dass Bildungsangebote (nicht nur in Hinblick auf eine Beteiligung am Arbeitsmarkt, sondern auch zur persönlichen Entwicklung/Stärkung) möglichst allen Menschen in Salzburg zugänglich sein sollen.
- Im „Salzburger Netzwerk Bildung für Nachhaltige Entwicklung und Globales Lernen“ (sabine) vernetzen sich Einzelpersonen, Institutionen und Organisationen, die sich im Bundesland Salzburg mit Bildung für eine Nachhaltige Entwicklung beschäftigen. Ebenso werden Bildungsaktivitäten rund um die Themen der nachhaltigen Entwicklung durchgeführt. St. Virgil ist Mitglied des Netzwerkes.
- St. Virgil ist Mitglied im Forum katholischer Erwachsenenbildung Österreich, einem der führenden Dachverbände der österreichischen Erwachsenenbildung. In Vernetzungstreffen, Konferenzen und anderen Veranstaltungen leisten wir einen Beitrag zur Weiterentwicklung und Schwerpunktsetzung der Erwachsenenbildung in Österreich.
- St. Virgil ist Mitglied der Bundesarbeitsgemeinschaft Trauerbegleitung (BAT), einem Zusammenschluss von verschiedenen Organisationen, die Qualitätskriterien für die Ausbildung in Trauerbegleitung entwickelt und so eine österreichweite Basis für eine qualitätsvolle Begleitung Trauernder geschaffen hat. Als weiteres Ziel verfolgt die BAT, dass das Thema Trauer weiter enttabuisiert wird. Eine pädagogische Mitarbeiterin von St. Virgil nimmt Aufgaben in der Steuerungsgruppe und Fachgruppe der BAT wahr.
- Das *Salzburg Convention Bureau* ist die offizielle Anlaufstelle für Veranstaltungen in Stadt und Land Salzburg. Als Partner bringt sich St. Virgil immer wieder inhaltlich in Schwerpunktsetzungen ein – so z. B. zum Thema „Achtsamkeit“.
- Im ÖHV (Österreichische Hotelvereinigung) sind wir Mitglied. Dies ist ein Austausch unter Hoteliers, um die aktuellen Themen zu diskutieren und Schwerpunkte zu bilden. Diese Vereinigung ist nur bedingt für die Themen der GWÖ tätig.

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?

- Für den Bereich der Armutsbekämpfung und Bewusstseinsbildung in Bezug zu Armut ist sowohl die Arbeit der Salzburger als auch die der österreichischen Armutskonferenz essentiell. Das Thema wird so zumindest in Teilen der Öffentlichkeit differenzierter wahrgenommen. Durch Netzwerkarbeit wird sichergestellt, dass Kräfte gebündelt werden. Zusätzlich gibt es Gesprächskanäle zur Politik, über die Verbesserungen (oder eine Vermeidung von Verschlechterungen) für die Betroffenen erzielt werden.
- Die Initiative „Bildungsnetzwerk Fluch, Asyl, Integration“ hat auf einen enormen Bedarf reagiert und 74 Freiwilligen eine Grundausbildung (in drei Lehrgängen) zu denjenigen Themen gegeben, die sie für Engagement gebraucht haben.
- In den verschiedenen Bildungsinitiativen, an denen St. Virgil mitwirkt, wird Erwachsenenbildung in Salzburg und darüber hinaus koordiniert, weiterentwickelt und den Erfordernissen der Zeit angepasst (u.a. zu nachhaltiger Entwicklung).
- Die Mitwirkung bei Einrichtungen wie dem *Salzburg Convention Bureau* erlaubt es, inhaltliche Gesichtspunkte in Branchen und Zusammenhänge einzuspeisen, die einen anderen Blick haben bzw. einer andere Logik folgen. In der Bundesarbeitsgemeinschaft Trauerbegleitung (BAT) gelang es, gemeinsam Qualitätsstandards für die Ausbildung zum/zur Trauerbegleiter/in zu definieren und in einem Curriculum zusammenzuführen. Darüber hinaus wurden in Salzburg (2017) und Wien sogenannte „Kontaktstellen Trauer“ geschaffen, die Beratung und Begleitung für trauernde Menschen bieten – ganz wichtige Initiativen, um das Thema sichtbar und für Betroffene zugänglich zu machen.
- Generell wird St. Virgil in Stadt und Land Salzburg, sowie überregional bzw. auf Bundesebene als verlässlicher und gestaltender Partner für gesellschaftliches Engagement gesehen. Das ist eine der Grundlagen für den Erhalt von Subventionen und Projektbudgets.

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert wird?

Wir werden von einem Steuerberater entsprechend betreut. Die Bilanzen gehen an verschiedene öffentliche Einrichtungen.

### **Verpflichtende Indikatoren**

Umsatz:

Eigenerlöse:	2016 → 3.183.775	2017 → 3.390.124
Subv. und Zuschüsse:	2016 → 941.112	2017 → 973.780
Davon Öffentlichkeit	235.445	248.712
Gesamteinnahmen:	2016 → 4.124.887	2017 → 4.363.904

## Ermittlung der Nettoabgabenquote

	2017	2016
Erlöse	3.390.124	3.183.775
Vorleistungen (alle Kosten außer Pers und Abschr)	-2.288.056	-2.210.761
Subventionen (nur öffentlich)	169.600	157.500
Abschreibung	-74.133	-72.592
<b>Wertschöpfung</b>	1.197.535	1.057.923

Effektiv bezahlte Ertragssteuern	446.102	431.535
Summe der Lohnsteuer und SV-Beträge	422.147	398.106
Subventionen und Förderungen	-248.712	-235.445
<b>Nettoabgaben</b>	619.537	594.196

<b>Relative Netto-Abgabenquote</b> (Nettoabgaben bezogen auf Wertschöpfung)	51,7%	56,2%
--	-------	-------

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an betrieblichem Nutzen dieser Leistungen (in Prozent des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit) haben wir bisher nicht erhoben.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

## E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Wir bestätigen, dass St. Virgil keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

### **Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Wir bestätigen, dass St. Virgil keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden.

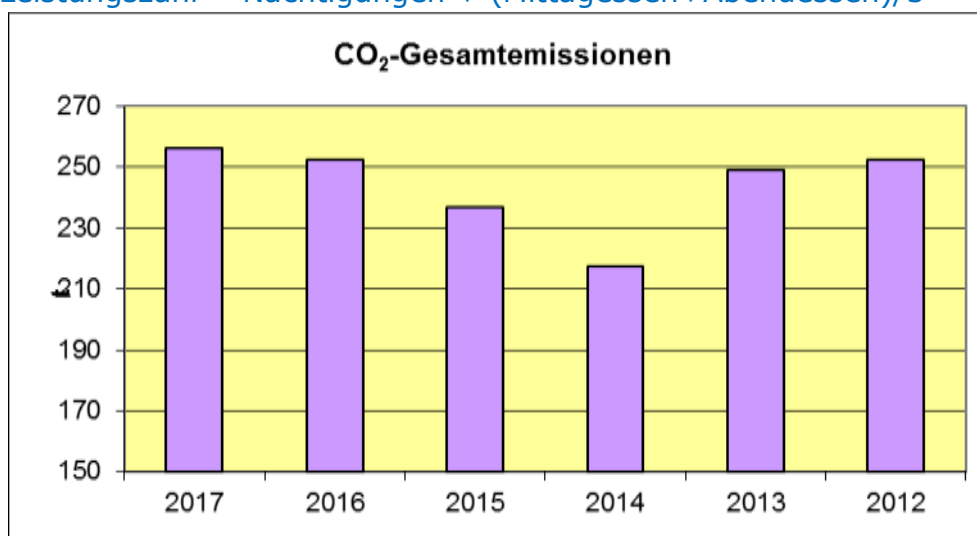
### **Im Berichtszeitraum wurde verbessert:**

## E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über zentrale Messgrößen unseres Ressourcenverbrauchs.

Aspekt	Gesamt		Pro LZ*		pro MA		Pro m <sup>2</sup>	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Strom/Energieverbrauch in kWh	503.364	480.210	13	13	12.244	11.336	62	59
Wärmeenergie Erdgas absolut in kWh	1.328.762	1.353.872	35	37				
Wärmeenergie Erdgas klimabereinigt kWh	1.522.761	1.520.398	40	41	37.041	35.892	187	187
CO <sub>2</sub> Ausstoß aufgrund von Heizung/Wärme/Sonstiges in kg	249.000	254.000	6	6,1	6.136	6.049	31	32
CO <sub>2</sub> Ausstoß aufgrund von Transport	3,4	2,7	0,7	0,8				
Wasserverbrauch in m <sup>3</sup> /Jahr	6.126	6.942	0,16	0,19	149	164	0,75	0,75
Abfall gesamt t	70	71	0,002	0,002	1,70	1,68		

\*LZ = Leistungszahl = Nächtigungen + (Mittagessen+Abendessen)/3



Wir tätigen keinen Branchenvergleich, da der durch unseren Mischbetrieb kaum sinnvoll ist. Über die Messgrößen Mitarbeitender (MA) und m<sup>2</sup> sind Vergleiche möglich.



### *Erhebung und Veröffentlichung von Daten zu wesentlichen Umweltwirkungen*

Im Zuge von EMAS werden sehr viele Umweltdaten regelmäßig, meist monatlich, erhoben. Strom, auch in Unterbereichen, Wärme getrennt in Heizung und Warmwasser werden monatlich erhoben und in Zeitreihen und mit Auslastungszahlen dargestellt und beobachtet. Abfall, Wasser und Verkehr werden jährlich erhoben und ausgewertet. Die Auswertungen werden erstellt und im Umweltteam besprochen.

Speziell zur Interpretation wurden eigene Leistungskennzahlen definiert, da m<sup>2</sup>, Mitarbeitende, Besucherzahlen und Nächtigungszahlen alleine nicht aussagekräftig sind. Diese Leistungszahl besteht aus Nächtigungen und Mahlzeiten. Damit wird ein Mix für Nächtigungs- und Tagesgäste geschaffen.

Aufgrund dieser intensiven Beschäftigung mit dem Ressourcenverbrauch haben wir keine Fußabdruckerhebung.

Weiters sind wir in Kooperation mit anderen EMAS-Betrieben aus der Kirche und im Partnerprogramm mit dem Land Salzburg „Salzburg 2050 klimaneutral.energieautonom.nachhaltig“.

Zur Feststellung schädlicher Umweltauswirkungen tagt regelmäßig das Umweltteam und wird alle 4 Jahre eine Portfolioanalyse durchgeführt. Auch wird eine regelmäßige Überarbeitung des Rechtskatasters erledigt.

In diesem Zyklus wird auch das jeweils 4-jährige Umweltprogramm zur Verbesserung erstellt, beschlossen, umgesetzt und evaluiert.

Wir werden in Kürze eine große Photovoltaikanlage haben. Automatische Steuerungen und Schulungen aller Mitarbeitenden tragen zur Verbesserung bei, ebenso die Neueinregulierung unserer Heizsysteme nach großen Dämmmaßnahmen.

Mit EMAS haben wir eines der stärksten Managementsysteme (siehe Einleitung).

Bei Diensthandys gibt es die Bemühung, zumindest 3 Jahre ohne Wechsel auszukommen. Generell versuchen wir, zu reparieren und nicht immer gleich neu zu kaufen, auch wenn der Neupreis die Reparatur nicht rechtfertigt.

Die Daten werden regelmäßig über die verpflichtende Umwelterklärung über unsere Homepage veröffentlicht (<https://www.virgil.at/ueber-uns/umweltsarbeit/revalidierung-2016-und-umweltsklsuerung>). Alle 4 Jahre erfolgt die große, vom Umweltgutachter erstellte Umwelterklärung. Dazwischen werden alle zwei Jahre „nur“ die zahlen aktualisiert. Diese Berichte gehen an das Umweltbundesamt und werden auf unserer Homepage der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt.

### **Verpflichtende Indikatoren**

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

- Ausstoß klimawirksamer Gase in kg: wir berichten nur über CO<sub>2</sub> alle anderen Gase sind bei uns nicht relevant und bewertbar
- Transporte (und dessen CO<sub>2</sub> Äquivalent) in km bzw. kg
- Benzinverbrauch (und dessen CO<sub>2</sub> Äquivalent) in Liter bzw. kg
- Stromverbrauch (und dessen CO<sub>2</sub> Äquivalent) in kWh bzw. kg
- Gasverbrauch (und dessen CO<sub>2</sub> Äquivalent) in kWh bzw. kg
- Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C
- Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m<sup>3</sup>; nur Trinkwasser
- Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg; nicht relevant
- Papierverbrauch in kg
- Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg; keine weiteren
- Kunstlicheinsatz in Lumen, kWh; kein Bericht
- Schadstoffemissionen in kg

Kennzahl	Einheit	2018	2017	2016	2015	2014	2013
<b>Einrichtungskennzahlen</b>							
Mitarbeitende/MA (Vollzeitstellen)	Anzahl *	43	42	41	43	41	41
Grundstückflächen	m <sup>2</sup>	60.789	60.789	60.789	60.789	60.789	60.789
davon: versiegelte Fläche	m <sup>2</sup>	6.588	6.588	6.588	6.588	6.588	6.588
Beheizbare Nutzfläche	m <sup>2</sup>	8.131	8.131	8.131	8.131	8.131	8.131
Nächtigungen (Ntg)	Anzahl	22.470	21.985	21.319	18.986	19.516	18.513
Anzahl Besucher/innen	Anzahl	39.899	39.532	36.523	34.925	35.959	34.772
Leistungszahl (LZ) = Ntg+(ME+AE)/3 AE (Abendessen, ME Mittagessen)	Anzahl	38.688	37.224	37.951	34.579	35.732	34.933
Kennzahl	Einheit	2018	2017	2016	2015	2014	2013
<b>Wärmeenergie</b>							
Energieverbrauch gesamt	kWh	1.243.534	1.353.872	1.324.388	1.244.117	1.140.171	1.315.439
davon aus regenerativen Energiequellen	kWh	23.772	19.480	17.615	14.966	16.183	19.868
witterungsbereinigter Energieverbrauch (Ges.-Verbr. x Klimafaktor)	kWh	1.579.288	1.520.398	1.517.749	1.491.940	1.562.034	1.369.372
bereinigter Verbrauch/Fläche	kWh/m <sup>2</sup>	194	187	187	183	192	168
bereinigter Verbrauch/Mitarbeitende	kWh/MA	36.762	35.892	36.919	34.739	38.389	33.845
bereinigter Verbrauch/Nächtigung	kWh/Ntg	70	69	71	79	80	74
bereinigter Verbrauch/Besucher/in	kWh/Bes u	40	38	41	40	43	39
bereinigter Verbrauch/Leistungszahl	kWh/LZ	41	41	40	43	44	39
<b>Elektrische Energie</b>							
Verbrauch gesamt	kWh	508.569	480.210	503.364	475.725	464.688	451.999
davon aus regenerativen Energiequellen	kWh	492.378	466.036	484.320	458.040	445.840	431.160
Verbrauch/Fläche	kWh/m <sup>2</sup>	63	59	62	59	57	56
Verbrauch/Mitarbeitende	kWh/MA	11.838	11.336	12.244	11.079	11.420	11.172
Verbrauch/Nächtigung	kWh/Ntg	23	22	24	25	24	24
Verbrauch/Leistungszahl	kWh/LZ	13	13	13	14	13	13
Stromerzeugung über Photovoltaik	kWh	53.765	35.442	0	0	0	0
Kosten des Stromverbrauchs	€	55.765	55.828	65.476	61.530	54.926	52.310
Gesamtenergieverbrauch	kWh	1.752.103	1.834.082	1.827.752	1.719.842	1.604.859	1.767.438
Gesamtenergieverbrauch/MA	kWh/MA	40.785	43.297	44.460	40.052	39.441	43.684
Gesamtenergieverbrauch/Fläche	kWh/m <sup>2</sup>	215	226	225	212	197	217
Gesamtenergieverbrauch/Ntg	kWh/Ntg	78	83	86	91	82	95
Gesamtenergieverbrauch/LZ	kWh/LZ	45	49	48	50	45	51
Anteil regenerativer Energien	%	29%	26%	27%	28%	29%	26%
Kennzahl	Einheit	2018	2017	2016	2015	2014	2013
<b>Papierverbrauch</b>							
Papierverbrauch	kg	16.900	16.801	16.412	15.697	15.653	15.782
Verbrauch/MA	kg/MA	393	397	399	366	385	390
Anteil Frischfaser zertifiziert	%	19	24	18,6	15,3	14,6	15,5
Anteil Frischfaser	%	1	1	1,4	2,7	3,4	3,5
Anteil Recycling	%	70	75	80	82	82	81
Kennzahl	Einheit	2018	2017	2016	2015	2014	2013
<b>Wasser</b>							
Verbrauch gesamt	m <sup>3</sup>	6.964	6.942	5.752	5.752	6.117	5.516
Verbrauch/Mitarbeitende	m <sup>3</sup> /MA	162,10	163,88	139,92	133,95	150,33	136,33
Verbrauch/Fläche	m <sup>3</sup> /m <sup>2</sup>	0,86	0,85	0,71	0,71	0,75	0,68
Verbrauch/Nächtigung	m <sup>3</sup> /Ntg	0,31	0,32	0,27	0,30	0,31	0,30

Verbrauch/Leistungszahl	M³/LZ	0,18	0,19	0,15	0,17	0,17	0,16
Kennzahl	Einheit	2018	2017	2016	2015	2014	2013
<b>Abfall</b>							
<b>Abfall gesamt</b>	t	70	71	70	69	65	60
<b>Anteile</b>							
<b>Restmüll (Entsorgung)</b>	t	13	13	13	14	12	10
<b>Papier/Karton</b>	t	27	27	27	27	27	26
<b>Altstoffe (Grüner Punkt)</b>	t	8	9	10	9	8	7
<b>Biomüll</b>	t	22	22	21	19	14	14
<b>gefährliche Abfälle</b>	t	0,01	0,01	0,01	0,07	0,01	0,01
<b>Abfall/Mitarbeitende</b>	t/MA	1,63	1,68	1,70	1,61	1,60	1,48
<b>Kennzahl</b>	<b>Einheit</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>
<b>CO2</b>							
<b>Emissionen aus Wärme</b>	t	232	254	248	234	214	246
<b>Emissionen aus Strom</b>	t	1	1	1	0	1	1
<b>Emissionsgutschrift für Strom aus Photovoltaikanlage</b>	(-) t						
<b>Emissionen aus Dienstreisen</b>	t	1,6	1,7	2,4	2,5	2,5	1,4
<b>Emissionen aus Pendelverkehr</b>	t	1	1	1	1	1	1
<b>Emissionen gesamt</b>	t	235	257	253	238	218	249
<b>Emissionen gesamt / Mitarbeitende</b>	kg/MA	5.470	6.059	6.155	5.532	5.346	6.152
<b>Emissionen gesamt / Fläche</b>	kg/m²	29	32	31	29	27	31
<b>Emissionen gesamt / Nächtigung</b>	kg/Ntg	10	12	12	12	11	13
<b>Emissionen gesamt /Leistungszahl</b>	kg/LZ	6	7	7	7	6	7

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- 2017 ging eine Photovoltaikanlage in Betrieb, mit der bis zu einem Viertel des benötigten Strombedarfes erzeugt wird.
- Ein Elektro-Firmenauto wurde angeschafft, das für Transporte und dienstliche Fahrten genutzt wird.
- St. Virgil ist nun an die „Freie Solarroute“ in Salzburg angeschlossen, was bedeutet, dass am Parkplatz eine allgemein zugängliche Ladestation für E-Autos zur Verfügung steht, an der gratis Strom „getankt“ werden kann.

Verbesserungspotenziale/Ziele: Auf dem Weg in die CO2-Neutralität ist die letzte große Hürde die Heizenergie (Erdgas). Ziel ist es, durch die Investition in eine Pelletsheizung möglichst bald CO2-neutral zu werden. Dafür sind im Berichtszeitraum die Planungen soweit fortgeschritten, dass eine Umsetzung 2018 erfolgen wird. Es könnte dann, wenn nicht mehr viel CO2-Ausstoß bleibt, gerechnet werden, wie viel kompensiert werden müsste, um auf NULL zu kommen.

### E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Wir können bestätigen, dass wir die Umwelt nicht unangemessen belasten und gegen keine Umweltauflagen verstoßen.

## E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Über Berichte auf unserer Homepage und in unserem Magazin geben wir regelmäßig Einsicht in wichtige Entwicklungen/Veränderungen unseres Hauses und unserer inhaltlichen Ausrichtung. So werden etwa bauliche Vorhaben kommuniziert, aber auch personelle Veränderungen und neue Ansprechpartner/innen.

Wichtige Anliegen und legitime Interessen können durch Gespräche mit der Leitung eingebracht werden. Durch unsere Bildungsarbeit stehen wir in regelmäßigem Austausch mit vielen Berührungsgruppen, die immer wieder die Gelegenheit haben, in den Dialog zu treten. Unser Direktor ist hier selbst stark involviert und nimmt viele entsprechende Termine wahr.

Zur Dokumentation und Berücksichtigung von Dialogergebnissen haben wir kein formalisiertes Prozedere. Ergebnisse von Gesprächen mit Berührungsgruppen fließen aber regelmäßig in Sitzungen ein, wo Entscheidungen zum Bildungsprogramm (Sitzungen des Pädagogischen Teams) oder generell zum Haus (vor allem Sitzungen der Leitung) getroffen werden. In beiden Sitzungen ist ein Fixpunkt auf der Tagesordnung Bericht aus Gremien.

Im Haus gibt es zwei offizielle Gremien, über die wichtige Berührungsgruppen vertreten sind. Einerseits das Kuratorium von St. Virgil. Es berät in zumindest zwei Sitzungen im Jahr die Leitung. Vertreten sind hier mehrere kirchliche Institutionen, aber auch Kooperationspartner\*innen. Dann ist da noch der Kunstbeirat, der ebenfalls die Leitung berät. Hier sind vor allem Personen aus Kunst und Kultur vertreten.

### **Verpflichtende Indikatoren**

- Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung  
Nach 2016 veröffentlicht St. Virgil Salzburg hiermit die 2. Gemeinwohlbilanz. Darüberhinaus wird alle 4 Jahre eine Umwelterklärung nach EMAS veröffentlicht.
- Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad)

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

Es kann ein Verfahren entwickelt werden, damit die Kommunikation und die Transparenz immer mitgedacht wird.

## E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

St. Virgil bestätigt, keine Falschinformationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene zu verbreiten.

## Ausblick

### Kurzfristige Ziele bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie

In den nächsten 1 bis 2 Jahren möchten wir einzelne Themen unter den Mitarbeitenden besser kommunizieren und sie zur Teilnahme einladen. Auch nach außen werden wir diese Gedankenwelt aktiver gestalten. Im Bildungsbereich nehmen wir das Thema entweder direkt (Enkeltauglich leben, ...) oder als internen Lehrplan mit auf.

Insbesondere im Bereich Kundenkommunikation bei der Produktentwicklung wird es neue Entwicklungen geben.

Wir versuchen stärker mit GWÖ-Betrieben zu kooperieren bzw. bestehende Kooperationspartner auf diese Denkweise anzusprechen.

### Langfristige Ziele bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie

In den nächsten 3 bis 5 Jahren sehen wir vielleicht auch die Chance im Bereich der Bank auf eine ethische oder gemeinwohlorientierte Bank zu wechseln. Das Thema Transparenz scheint uns besonders interessant zur Weiterentwicklung.

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

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

## Beschreibung des Prozesses der Erstellung

# der Gemeinwohl-Bilanz

Für die Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz sind wir Teil einer Unternehmensgruppe, die von der Salzburger GWÖ-Gruppe begleitet wurde. Dazu gab es von der Salzburger Landesregierung auch eine finanzielle Unterstützung.

Im Unternehmen wurde eine Arbeitsgruppe gegründet, die in den einzelnen Schwerpunkten gearbeitet und sich immer wieder gemeinsam abgestimmt hat. Vor allem im Bereich A wurden auch immer wieder Lieferanten aktiv eingebunden.

Die Arbeitsstunden sind geschätzt ca. 260.

Die Bilanz wird in einer Hauskonferenz (regelmäßig monatlich stattfindende Sitzung, an der soweit möglich alle Mitarbeitenden teilnehmen sollen) grundsätzlich vorgestellt. In den einzelnen Teilbereichen werden die Unterkapitel kommuniziert. Sie wird in unser Intranet (KIT) gestellt und darüber informiert.

Datum: 30. Juni 2019