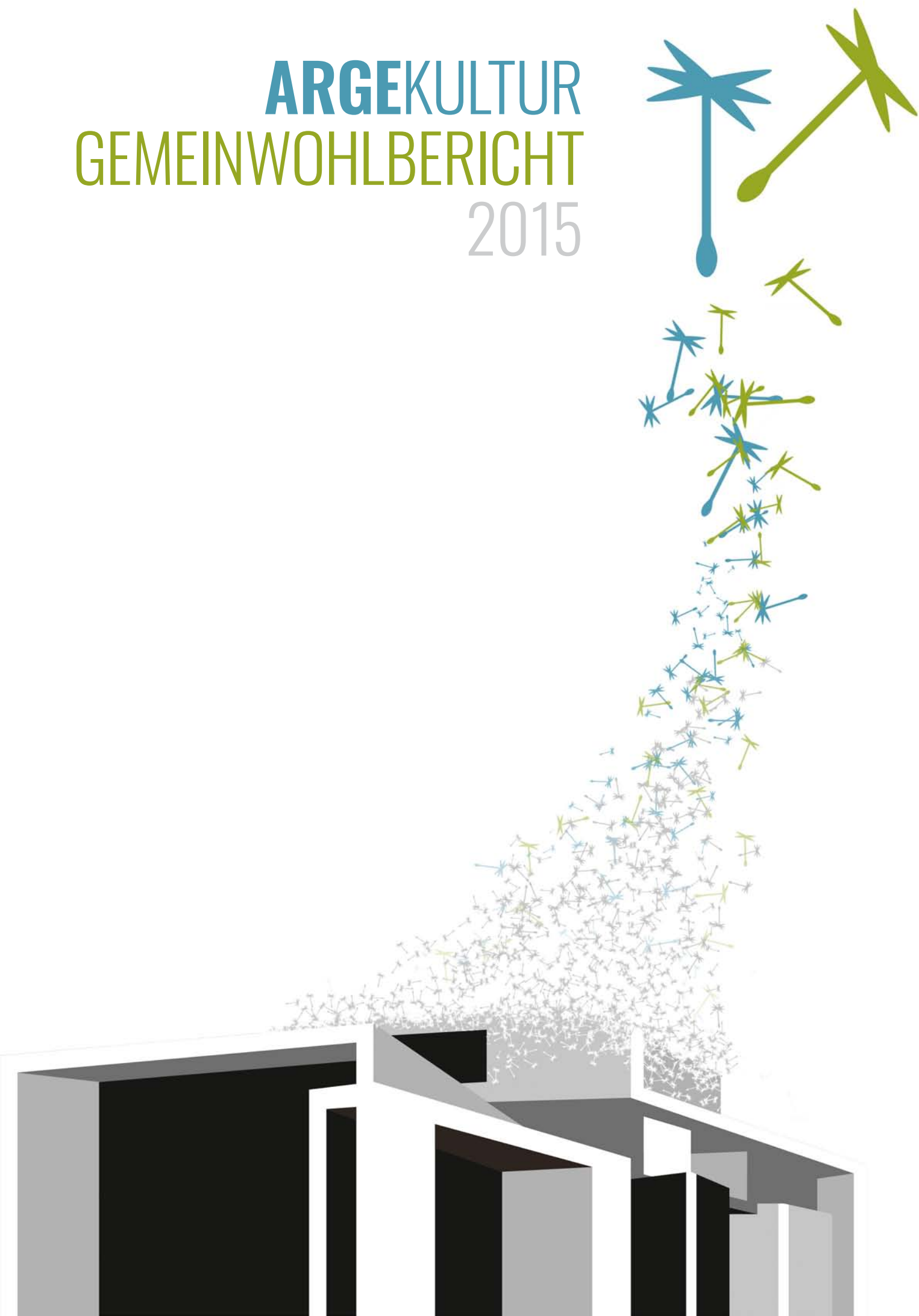


ARGEKULTUR GEMEINWOHLBERICHT 2015



VORWORT

Liebe/r interessierte/r LeserIn!

Es freut uns, dass Sie sich für den Gemeinwohlbericht der ARGEkultur interessieren.

Vorab ein paar einleitende Worte und Informationen:

Diesen – unseren ersten – Gemeinwohlbericht haben wir 2016 erstellt. Er bezieht sich in allen Daten und Informationen auf das, zu diesem Zeitpunkt, letzte abgeschlossene Wirtschaftsjahr – in unserem Fall war das 2015.

Wir haben den Bericht gemeinsam mit anderen UnternehmerInnen im Zuge eines Workshops der Gemeinwohl-Regionalgruppe Salzburg erstellt.

Zu den Eigenheiten der Textierung: Der Bericht orientiert sich am Handbuch zur Gemeinwohl-Bilanz.

(www.ecogood.org/de/bottom-menu/downloads/)

Zu den 51 Indikatoren wurden hier an Hand von Fragestellungen des Handbuchs die Texte verfasst, Unterlagen gesammelt und ausgewertet und die Aspekte beschrieben. Die Vorgabe war, drei bis fünf aussagekräftige Sätze pro Indikator zu formulieren.

Alle weiterführenden Informationen zum Thema Gemeinwohl und der Gemeinwohlbilanz finden Sie auf der offiziellen Website der *GWÖ – die Gemeinwohl Ökonomie*, unter www.ecogood.org/de/

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lesezeit!

Daniela Gmachl



UNTERNEHMEN

Allgemeine Infos

Die ARGEkultur führt als größtes unabhängiges Kulturzentrum Salzburgs zeitgenössische Kunst und Kultur in einzigartiger Weise zusammen. Sie agiert als Veranstalterin und Produzentin für zeitgenössische, innovative und gesellschaftskritische Kultur. Als Kommunikations- und Produktionsstätte – auch für zahlreiche Initiativen und Gruppen – positioniert sich die ARGEkultur als Treffpunkt und Arbeitsplatz für aktuelles kulturelles Schaffen in Salzburg.

Jährlich finden in der ARGEkultur bis zu 350 Veranstaltungen (Eigen-, Ko- und Gastveranstaltungen) mit insgesamt rund 40.000 BesucherInnen statt. Dazu kommen zahlreiche Workshops, Kurse, Seminare und Proben.

In einem dynamischen Hausnutzungs-konzept bietet die ARGEkultur eine Plattform für Arbeits- und Vernetzungsmöglichkeiten für mehr als 20 permanente bzw. regelmäßige NutzerInnengruppen verschiedener Sparten.

Die Geschichte der ARGEkultur beginnt mit der Gründung des ARGE Kulturgeländes im Jahr 1981. In einem Zusammenschluss von ca. 50 Initiativen und Gruppen wurde dieser Verein mit dem Ziel gegründet, das Gelände des ehemaligen Sternbräu-Areals am Fuß des Rainbergs, mit einer Nutzfläche von 24.000m², als ein selbstverwaltetes Kulturzentrum zu nutzen.

Breitere öffentliche Wahrnehmung erhielt die ARGE Rainberg Bewegung durch ihren politisch motivierten, kreativen Aktionismus, der bei der „bunten Demo“ (Juni 1984) und der „Bettlerdemo“ (Juli 1984) beim Fest zur Festspieleröffnung zum Tragen kam. Als Ergebnis dieser für Salzburg neuen Protestkultur, erhielt die ARGE Rainberg das Angebot, den HTL-Lehrbauhof im Nonntal für ihre Zwecke zu nutzen. Diese kleine Variante (ca. 1.100m²) wurde in den folgenden Jahren baulich adaptiert und eröffnete 1987 seinen Betrieb als Kulturgelände Nonntal.

Viele Initiativen, die im ursprünglichen Nutzungskonzept für das Rainberggelände vorgesehen gewesen wären, konnten im Gelände im Nonntal keinen Platz finden. Einige fanden in den Folgejahren eigene Heimstätten, das Scheitern des Rainbergprojektes ist daher ein Mitgrund für die gegenwärtige Kulturlandschaft in der Stadt Salzburg mit vielen dezentralen Kulturorten.

Beibehalten werden konnte im Kulturgelände Nonntal die Konzeption eines selbstverwalteten Kulturzentrums, vergleichbar mit dem WUK in Wien. Seit damals gilt das Kulturgelände (die ARGEkultur) als das größte autonom verwaltete Kulturzentrum Westösterreichs. Ende der 90er Jahre wurde das adaptierte Provisorium des früheren HTL-Lehrbauhofes in seiner beschränkten Nutzungsfähigkeit immer

offensichtlicher. Nach langen Verhandlungen beschloss der Salzburger Gemeinderat im Dezember 2003 die Finanzierung eines Neubaus, der 2005 im Areal des Uniparks Nonntal eröffnet wurde. Mit dem Ortswechsel wurde namentlich aus dem Kulturgelände Nonntal die ARGEkultur. Die ARGEkultur war von Anfang an als Teil des Unipark Nonntal konzipiert. Mittlerweile ist das

Nonntal, durch die Fertigstellung des Uniparks einer der attraktivsten Stadtteile in Salzburg geworden – ein neuer Stadtteil für Bildung, Kultur und Sport. Die ARGEkultur bildet das kulturelle Herz im Unipark Nonntal.

Firmenname / Eigentums- und Rechtsform, Eigentumsanteile

Die alleinige Rechtsform der ARGEkultur war bis 31. Juli 2012 der gleichnamige Verein, der 1981 gegründet worden ist. Mitgliederzahl 2015: 376 Personen und Institutionen (davon 136 Vollmitglieder)

Seit 2013 ist der Verein ARGEkultur alleiniger Eigentümer der ARGEkultur gemeinnützige GmbH. Der Verein bedient sich der GmbH, um den Zweck des Vereins zu erfüllen. Der Vorstand des Vereins agiert als

Eigentümerversorger/Aufsichtsrat.

Die GmbH wird vom Verein damit betraut, alle bisherigen operativen Aufgaben des Vereines (entspricht insbesondere der Führung des Kulturbetriebs) zu übernehmen.

Die Entscheidungen der GmbH werden von den GeschäftsführerInnen der GmbH getroffen und verantwortet.

Branche

Kunst und Kultur

Anzahl der MitarbeiterInnen

In der ARGEkultur waren mit Stichtag 31.12.2015 41 Personen in unterschiedlichen Dienstverhältnissen beschäftigt, die ein umgerechnetes Vollzeitäquivalent von 14 Personen ergeben. Die Dienstverhältnisse bewegen sich im Ausmaß zwischen 12 und 35 Wochenstunden.

Seit September 2010 ist die ARGEkultur Ausbildungsstätte für Lehrlinge im Bereich Veranstaltungstechnik.

Aktuell bilden wir unseren zweiten Lehrling aus.

Weiterhin tritt die ARGEkultur mehrmals jährlich als Ausbildungs- und Praktikumsplatz sowohl im schulischen als auch im universitären Bereich auf.

2015 waren wieder zwei Kulturpraktikantinnen (eine Initiative des Landes Salzburg) bei uns tätig.

Umsatz

Eigenerlöse:	€ 573.309,22
Subventionen:	€ 962.900,00
Gesamt:	€ 1.536.209,22

Gewinn (freiwillig)

Die ARGEkultur GmbH ist gemeinnützig. Wirtschaftlicher Erfolg beurteilt sich in gemeinnützigen Unternehmen nicht über Gewinnmaximierung, sondern über das Erreichen eines ausgeglichenen Bilanzergebnisses und dem relevanten Mitteleinsatz. Im Falle der ARGEkultur sind das die Mittel für den Kunst- und Kulturbetrieb.

Bilanzgewinn 2015: € 246,67

Firmensitz / Website / Social Media

Firmensitz	Österreich, Ulrike-Gschwandtner-Str. 5, 5020 Salzburg
Website	www.argekultur.at
Facebook	www.facebook.com/ARGEkultur
Twitter	www.twitter.com/ARGEkultur
Flickr	www.flickr.com/ARGEkultur
YouTube	www.youtube.com/ARGEkultur

Berichtszeitraum: das Wirtschaftsjahr 2015

1.1. bis 31.12.2015

Tätigkeitsbereich

Die ARGEkultur agiert in drei zentralen Kernbereichen als **Produzentin, Veranstalterin und Netzwerkpartnerin**. Durch die interdisziplinäre Verbindung dieser Kompetenzen nimmt die ARGEkultur eine singuläre Position für zeitgenössisches Kunst- und Kulturschaffen im Raum Salzburg und darüber hinaus ein. Die ARGEkultur zeichnet eine **inhaltliche Herangehensweise und konzeptionelle Kontinuität** aus. Wir entwickeln langfristige programatische Konzepte mit aufeinander aufbauenden Themen und Inhalten, die diskursorientiert künstlerisch bearbeitet werden. Dies zeigt sich besonders im jährlichen „Open Mind Festival“, bei dem originäre Projekte und Produktionen der ARGEkultur eine zentrale Rolle spielen. Durch unterschiedliche künstlerische wie theoretische Herangehensweisen an ein Thema ist eine differenzierte Auseinandersetzung aus verschiedenen Blickwinkeln mit gesellschaftspolitisch relevanten Fragestellungen möglich.

Diese langfristige Strategie, anhand der gemeinsam entwickelten Vision ausgearbeitet (www.argekultur.at/wir/), ermöglicht es uns, neue Impulse und Akzente (nicht nur) im Salzburger Kulturleben zu setzen.

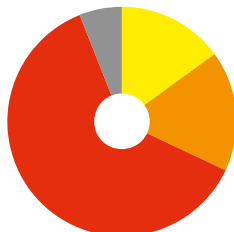
Die ARGEkultur versteht sich als nachhaltige, regionale und zunehmend auch überregionale **Auftraggeberin** für innovatives Kulturschaffen. Sie bietet ein umfangreiches Spektrum für ein aufgeschlossenes und kritisches Kulturpublikum. Und die ARGEkultur versteht sich als starke **Partnerin in Kooperation mit freischaffenden KünstlerInnen** sowie zahlreichen (zivilgesellschaftlichen) Initiativen und NGOs aus den Bereichen Kultur, Politik und Bildung. Die ARGEkultur ermöglicht Freiräume für nichtkommerzielle, experimentelle und gesellschaftskritische Kunst und Kultur.

Die ARGEkultur arbeitet nicht „nur“ in ihrem Kernsegment, dem Veranstalten, Produzieren und Vermitteln von Kunst und Kultur, sondern sie ist auch eine **organisatorische und inhaltliche Schnittstelle und Plattform** für 11 fixe sowie bis zu 50 variable Institutionen und KünstlerInnengruppen.

Produkte/Dienstleistungen	2015	Anteil am Umsatz	
		in Teilen	Gesamt
ERTRÄGE			
Erlöse Kulturveranstaltungen	236.384,99	41,23%	15,39%
Erlöse Kulturvermittlung	4.892,71	0,85%	0,32%
Erlöse aus Koververanstaltungen/Koproduktionen	10.000,00	1,74%	0,65%
Erlöse Werbung	9.890,00	1,73%	0,64%
Erlöse aus Raumnutzungen und Dienstleistungen	263.095,86	45,89%	17,13%
Erlöse Sponsoring	32.090,91	5,60%	2,09%
Sonstige Erlöse	16.954,75	2,96%	1,10%
Summe der Eigenerlöse	573.309,22	100%	37,32%
SUBVENTIONEN			
Stadt Salzburg Jahresförderung	465.000,00	48,29%	30,27%
Stadt Salzburg Investitionen	25.000,00	2,60%	1,63%
Land Salzburg Jahresförderung	280.000,00	29,08%	18,23%
Land Salzburg Investitionen	10.000,00	1,04%	0,65%
Land Salzburg Referat Kinderbetreuung (Kinderkulturwoche)	-	0,00%	0,00%
Land Salzburg Innovative Sonderprojekte „basics“	-	0,00%	0,00%
Bundeskanzleramt Jahresförderung	180.000,00	18,69%	11,72%
AK Salzburg Lehrlingsprojekt Culture Space	-	0,00%	0,00%
Zuschüsse von Sonstigen	2.900,00	0,30%	0,19%
Summe der Subventionen	962.900,00	100%	62,68%
Gesamtsumme der Einnahmen	1.536.209,22		100%
AUFWÄNDE			
Personalaufwand	699.497,23		45,86%
KünstlerInnengagen und sonstiger Produktionsaufwand	513.552,86		33,67%
Post/Telekommunikation	21.930,54		1,44%
Steuern und Abgaben	22.319,53		1,46%
Miete und Betriebskosten	113.057,88		7,41%
Instandhaltung/Wartungsverträge	40.932,26		2,68%
Sonstiger Sachaufwand und Dienstleistungen	52.429,28		3,44%
Zinsen und Bankspesen	3.117,01		0,20%
Investitionen und Gebäudeinstandhaltung	58.592,63		3,84%
Gesamtsumme der Aufwände	1.525.429,22		
ERGEBNIS gewöhnliche Geschäftstätigkeit	10.780,00		
a.o. Abschreibung	-10.533,33		
BILANZGEWINN	246,67		

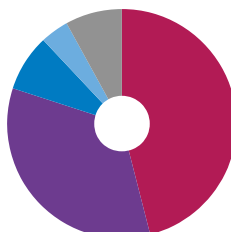
Erträge

- Kulturveranstaltungen ■
- Raumnutzungen und Dienstleistungen ■
- Subventionen ■
- Sonstiges ■



Aufwände

- Personalaufwand ■
- KünstlerInnengagen und Produktionsaufwand ■
- Miete/Betriebskosten ■
- Investitionen/Gebäude ■
- Sonstiges ■



Das Unternehmen und Gemeinwohl

Die ARGEkultur beschäftigt sich seit 2003 im Hinblick auf den damals begonnenen Neubau intensiv mit Visions- und Strategieprozessen. Nach der Vision 2009, 2012 und 2016 wurde zwischenzeitlich mit der Erarbeitung der Vision 2022 begonnen. Diese Visionen waren Leitschienen und Vorgaben für die Strategien. In jährlichen Strategieklausuren wurde der Weg in die Zukunft regelmäßig evaluiert.

Der wesentliche Bezug zum Thema Gemeinwohl ist die Gemeinnützigkeit, die gerade in der Berührungsgruppe E sehr deutlich zum Ausdruck kommt. Aber auch die historische Entwicklung und aktuelle Ausrichtung der ARGEkultur spiegelt weite Themenbereiche der Berührungsgruppen *MitarbeiterInnen* und *KundInnen* wieder.

Themen wie Menschenwürde, Solidarität, Soziale Gerechtigkeit sowie demokratische Mitbestimmung und Transparenz finden sich in unseren Werten und dem Leitbild formuliert. Sie sind maßgeblich für die Inhalte der Programmatik, aber auch formal prägend in der Organisation und in unserem Tun.

Das größte Entwicklungspotenzial besteht in der Berührungsgruppe *LieferantInnen* bzw. dem Wert der ökologischen Nachhaltigkeit. Ökologische Nachhaltigkeit, weil manches bis vieles zwar „richtig“ läuft, dies aber eher „zufällig“ oder „wertebasierend“ passiert, als dass es durch einen bewussten Prozess gesteuert wird.

Die Ansprechpersonen für die GWÖ sind Daniela Gmachl, die kfm. Geschäftsführerin der ARGEkultur GmbH und Reinhard Bacher, der Kassier des Vereins.

Kontaktdaten:

gmachl@argekultur.at bzw. bacher@argekultur.at
Telefon: +43-662-848784

Die ARGEkultur gem. GmbH ist Mitglied der GWÖ Regionalgruppe Salzburg. Wir sind beim Thema Gemeinwohloökonomie Neulinge – das Erstellen dieses Berichts ist unser erster formaler Kontakt zum Thema Gemeinwohl.

TESTAT : PEER EVALUIERUNG

GEMEINWOHL-
BILANZ 2015

für ARGEkultur, Salzburg
Begleiterin Armin Schmelzle

WERT BERÜHRUNGSGRUPPE	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz
A) LieferantInnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement				20 %
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement				30 %
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit	C3: Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens	C5: Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz
	80 %	80 %	40 %	100 %	30 %
D) KundInnen / Produkte / Dienstleistungen / Mitunternehmer	D1: Ethische Kundenbeziehung	D2: Solidarität mit Mitunternehmer	D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards
	70 %	80 %	10 %	90 %	30 %
E) Gesellschaftliches Umfeld: Region, Sove-rän, zukünftige Genera-tionen, Zivilgesellschaft, Mitmenschen und Natur	E1: Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte / DL	E2: Beitrag zum Gemeinwesen	E3: Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4: Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung	E5: Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung
	50 %	80 %	10 %	100 %	0 %
Negativ-Kriterien	Verletzung der ILO-Arbeitsnormen/ Menschenrechte Menschenunwürdige Produkte, z.B. Tretminen, Atomstrom, GMO Beschaffung bei / Kooperation mit Unternehmen, welche die Menschenwürde verletzen	Feindliche Übernahme Sperrpatente Dumpingpreise	Illegitime Umweltbelastungen Verstöße gegen Umweltauflagen Geplante Obsoleszenz (kurze Lebensdauer der Produkte)	Arbeitsrechtliches Fehlverhalten seitens des Unternehmens Arbeitsplatzabbau oder Standortverlagerung bei Gewinn Umgehung der Steuerpflicht	Nichtoffenlegung aller Beteiligungen und Töchter Verhinderung eines Betriebsrats Nichtoffenlegung aller Finanzflüsse an Lobbies / Eintragung in das EU-Lobbyregister Exzessive Einkommensspreizung
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0

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

Testat gültig bis 06.09.2018

BILANZSUMME 521



GENAUE BESCHREIBUNG DER EINZELNEN KRITERIEN

A 1 Ethisches Beschaffungsmanagement

A 1.1 Berücksichtigung regionaler, ökologischer und sozialer Aspekte bzw. höherwertiger Alternativen

RELEVANZ
HOCH

Auflistung aller zugelieferten Produkte/Dienstleistungen in Prozent vom Aufwand im Berichtszeitraum – Siehe Tabelle Seite 9.

Annahme 1: das komplette freie Personal wird bei der Berührungsgruppe C bei MitarbeiterInnen berücksichtigt und nicht als LieferantIn betrachtet – in Abgrenzung zu dem Beispiel satis&fy (Eventfirma); es ist auch in der Berechnung der Vollzeitäquivalente beim Personal berücksichtigt; 46 % des Gesamtaufwandes.

Annahme 2: die Position KünstlerInnengagen und Produktionsaufwand wird bei der Berührungsgruppe D bei „Produkte/Dienstleistungen“ berücksichtigt und nicht bei den LieferantInnen; 34 % des Gesamtaufwandes.

Somit berücksichtigen wir (aktuell) in der Berührungsgruppe A den Sachaufwand und die Investitionen. In Summe 20 % des Gesamtaufwandes – siehe Tabelle Seite 9.

Der wesentliche Aspekt in dieser Position ist für uns die Regionalität.

Wir bezahlen **unsere Miete** an die Eigentümerin des Gebäudes, die Stadt Salzburg. Die Stadt Salzburg erfüllt die Kriterien der Regionalität und der sozialen Aspekte durch den vorgegebenen Kodex der öffentlichen Gebietskörperschaft in Abgrenzung zu einer kommerziellen Immobiliengesellschaft z. B. im Bereich Ausschreibungen, Transparenz usw. Hier ist unsere Erfahrung, dass sich die Stadt Salzburg den gültigen Ö-Normen verpflichtet fühlt, Verbesserungsvorschlägen im Zusammenhang mit Ökologie wird er mit juristischen Argumenten/Rechtfertigungen denn mit Lösungsorientierung begegnet. Gleiches gilt für die Positionen Grundsteuer, Kanalgebühr und Müllabfuhr und Kartonagen – diese werden jeweils von der Stadtgemeinde Salzburg geleistet und von ihr verrechnet.

Strom, Heizung (Fernwärme) und Wasser beziehen wir von der Salzburg AG. Die Regionalität ist hier für uns ein wesentliches Entscheidungskriterium gegen BilliganbieterInnen. Ähnlich wie bei der Stadt Salzburg sind für uns auch die sozialen Aspekte gewährleistet (Betriebsrat, Transparenz, Ausschreibungen etc.). Wir beziehen zu 100 % Ökostrom.

Zur Fernwärme (Auszug Website Salzburg AG)

„Durch den Einsatz der Kraft-Wärme-Kopplung wird in den Heizkraftwerken neben der Wärme gleichzeitig Strom produziert. Das garantiert eine optimale Ressourcennutzung und höchste Wirkungsgrade: 80 – 90 %.“

Instandhaltung/Verbrauchsmaterial

Unser größter Lieferant in diesem Bereich ist die Firma Sigron – „seit 1972, Schulungszentrum, Zertifizierung nach DIN EN ISO 9001 und DIN EN ISO 14001 in den Bereichen: Handel mit Reinigungsprodukten, Geräten und Maschinen. Wartung und Service von Reinigungsgeräten und Maschinen. Schulungsseminare zur Aus- und Weiterbildung in der modernen Gebäudereinigung.“

Wir haben uns aufgrund des besseren KundInnen-services für Sigron entschieden. Im Vergleich zu den anderen großen AnbieterInnen sind die Produkte im Einsatz effizienter. Das Schulungszentrum hat uns ebenfalls überzeugt.

Reinigungsfirmen

Grundsätzlich haben wir 7 Tage die Woche geöffnet. Daher reinigen wir auch 7 Tage die Woche durchschnittlich 6 Stunden täglich. Die Gebäudereinigung wird (neben 2 angestellten Personen) von 2 Reinigungsfirmen übernommen.

Die Firma Neno kümmert sich um punktuelle Reinigung nach Großveranstaltungen und ist durchschnittlich 5 mal pro Monat im Einsatz. Die Firma Sannex reinigt täglich von Mittwoch bis Samstag. Dieses System haben wir seit dem Umzug in

unser neues Haus 2005. Die Auswahl der Reinigungsfirmen war schwierig, weil es unserer Wahrnehmung nach eine sehr preisumkämpfte Branche ist, in die nur ungerne Einblick gewährt wird.

Wir haben uns im persönlichen Kontakt für ein Unternehmen in Salzburg entschieden, das von einer Frau geführt wird und der nach unserer Erfahrung eine wertschätzende und faire Umgangsweise mit den Frauen, die für sie arbeiten, wichtig ist. Wir arbeiten nun schon seit 5 Jahren kontinuierlich mit dieser Firma und der gleichen Reinigungsfrau, was wir als positiv bewerten.

Investitionen

Gebäude und Sicherheitstechnik

Diese Arbeiten werden von Unternehmen aus- bzw. durchgeführt, die bei der Ausschreibung der Gebäudeerrichtung gewonnen haben. Im Falle etwaiger Unternehmensauflösungen haben wir regionalen Ersatz gesucht. Einzelne Firmen (Haustechnik) haben wir auch bewusst gewechselt, weil die Anfahrten zu lange (langfristig) waren. Bei der Neuvergabe war die Regionalität ein wesentliches Kriterium, gefolgt von sozialen Aspekten (nicht im Detail), weil viele kleine Unternehmen keine so transparente Außendarstellung haben, wie z.B. die Salzburg AG.

Im Bereich der Sicherheitstechnik sind wir alternativlos an die Marktführer, die quasi eine Monopolstellung inne haben, gebunden. Beim Brandschutz ist dies die Firma Schrack. Die Brandschutzanlage wird von der Firma Siemens gewartet. Thyssen wartet die Lifтанlage.

Veranstaltungstechnik

Im Bereich der Veranstaltungstechnik ist ebenfalls Regionalität entscheidend. Elektro Conrad bzw. KeyWi sind Hauptlieferanten. Die sozialen Aspekte sind in unserer Wahrnehmung gewährleistet. Die ökologischen Aspekte im Sinne „woher kommen die Einzelteile des Scheinwerfers, Beamers ...“ haben wir noch nie abgeklärt.

In beiden Technikbereichen arbeiten wir kontinuierlich an Verbesserungen – immer auch unter Einbeziehung der ökologischen Konsequenzen.

So haben wir z. B. die Sicherheitstechnik der Fluchtwegbeschilderung im Veranstaltungsbereich komplett auf LED umgestellt. Das ist nicht nur effizienter im Arbeitseinsatz, sondern auch ökologisch sinnvoll.

IT/EDV

Für die ca. 20 EDV Arbeitsplätze gelten für die Hardware gleiche Ansätze wie für die Veranstaltungstechnik.

Als Betriebssystem verwenden wir Windows (8.1).



Unser E-Mailprovider ist Google – das war eine Entscheidung für den besten Anbieter.

Unsere Intranet- und Ticketsoftware programmieren wir selbst in Zusammenarbeit mit einem Salzburger Unternehmen – *Transdatix Solutions* von Herrn Dipl. Ing. Francisco González-Rivero.



A 1.2 Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekauften P/D und Prozesse zur Sicherstellung

RELEVANZ
MITTEL

Aktuell existiert keine systematische Evaluierung. Auswahlkriterien ergeben sich aus unseren eigenen Werten/Leitbild. Regionalität ist ein wesentliches Kriterium – daher erfolgt die Erhebung und Überprüfung bei neuen LieferantInnen oft im persönlichen Gespräch. Konkrete Programme gibt es aktuell nicht – ein zweiter wesentlicher Aspekt ist auch die Kontinuität – wir pflegen überwiegend unsere LieferantInnenbeziehungen über Jahre hinweg.

A 1.3 Strukturelle Rahmenbedingungen zur fairen Preisbildung

RELEVANZ
NIEDRIG

Wir bemühen uns besonders um langfristige und persönliche Beziehungen zu unseren LieferantInnen. Wir hinterfragen die soziale und ökologische Sphäre entsprechend unserer Wertvorstellungen in persönlichen Gesprächen. Die „EinkäuferInnen“ sind unsere MitarbeiterInnen mit Kostenstellenverantwortung und agieren wertekompatibel. Es erfolgt allerdings keine Evaluierung.

Insbesondere im Bereich der Investitionen und der Betriebskosten wählen wir auch bewusst höherwertige Alternativen. Wir entscheiden uns immer wieder bewusst für die regionalen AnbieterInnen und verzichten auf kostengünstigere Varianten.

Aktuell werden nicht bewusst (finanzielle) Spielräume für eine höherwertige Beschaffung eingeräumt.

Höherwertig kann in unserem aktuellen Finanzierungsmodell nicht mit mehr Geld finanziert werden. Die Mittel sind knapp und orientieren sich vorrangig am Kunst- und Kulturauftrag und den MitarbeiterInnen.

Der Punkt der Regionalität wird gesamt sehr gut erfüllt. Kurze Wege und kontinuierliche AnsprechpartnerInnen stehen hier im Mittelpunkt. Die sozialen Aspekte werden durch die Transparenz der Unternehmen (z.B. Salzburg AG) bzw. in persönlichen Gesprächen abgeklärt bzw. ein Eindruck gewonnen.

Das Hinterfragen des ökologischen Fußabdrucks kommt (bislang) fast nie vor.

Häufig fallen Entscheidungen auch aufgrund von Zeit- und Finanzzielen.

B 1 Ethisches Finanzmanagement

B 1.1 Institutionalisation

RELEVANZ

MITTEL

Ethisches Handeln entspricht unseren Werten. Unser Finanzmanagement orientiert sich vorrangig an den MitarbeiterInnen und dem Kunst-/Kulturauftrag. Unsere Finanzierung erhalten wir mit bis zu 60% von den FördergeberInnen in mehrjährigen Förderverträgen. Es ist aktuell keine Fremdfinanzierung notwendig.

B 1.2 Ethisch-nachhaltige Qualität des Finanzdienstleisters

RELEVANZ

NIEDRIG

Unsere Vorsorgekasse ist die VBV – Vorsorgekasse AG mit Sitz in Wien (www.vorsorgekasse.at).

Die Entscheidung haben wir 2002 getroffen, weil die VBV damals die einzige Vorsorgekasse war, die für das Gesamtportfolio eine nachhaltige Veranlagung durchgeführt hat. Seitdem haben wir das für die VBV überprüft, jedoch nicht im detaillierten Vergleich mit den anderen AnbieterInnen. Aktuell haben andere AnbieterInnen nachgezogen. Die VBV ist aber noch immer führend in den Bereichen Nachhaltigkeit und Transparenz/Unabhängigkeit. Sie hat auch bei der ÖGUT-Nachhaltigkeitsbeurteilung mit GOLD abgeschnitten.

Unsere Bankgeschäfte wickeln wir über die Salzburger Sparkasse ab. Diese Entscheidung fiel 2006 v. a. weil die Salzburger Sparkasse eine eigene Abteilung für NPOs und deren Bedürfnisse (und damit keine Bewertung

Auflistung der Finanzdienstleister

In Prozent vom Umsatz	Abwicklung über folgenden Finanzdienstleister
99%	Salzburger Sparkasse
1%	VBV Vorsorgekasse

nach den gängigen Kapitalmarktkriterien für gewinnorientierte Unternehmen) aufgebaut hat.

Auf der Website der Salzburger Sparkasse habe ich keine Verweise zu Zertifizierungen oder z. B. einen Nachhaltigkeitsbericht gefunden. Auf www.banktrack.org ist die Erste Bank Group als eine von 2 Banken in Österreich gelistet – beide Bankinstitute sind in 2 Doggy Deals involviert.

B 1.3 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Nachdem die ARGEkultur ein gemeinnütziges NPO Unternehmen ist, verfügen wir nicht über finanzielle Rücklagen oder Geldvermögen.

Für uns also nicht relevant.

Die Gewichtung der Relevanz wird daher auf „trifft nicht zu“ gesetzt.

B 1.4 Gemeinwohlorientierte Finanzierung

RELEVANZ
NIEDRIG

Das ausgewiesene Fremdkapital meint den entsprechenden Bilanzbegriff und besteht bei uns aus rechtlich wie buchhalterisch notwendigen Rückstellungen, Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungen. Es enthält kein Fremdkapital von Finanz- oder Bankinstituten.

Auflistung Eigen- und Fremdkapital-Anteil	
Eigenkapital	37,44 % Anteil Gesamtkapital
Fremdkapital	63,56 % Anteil Gesamtkapital

Unsere Finanzierung erfolgt nicht über klassische Fremdfinanzierung, sondern über die Förderungen und deren Ausschüttung. Die Gebietskörperschaften Stadt Salzburg, Land Salzburg sowie das Bundeskanzleramt Sektion Kunst sind die Berührungsgruppen die den wesentlichen Anteil an der Finanzierung einnehmen. Eine Fremdfinanzierung ist eigentlich nur notwendig, wenn aus übergeordneten Gründen (z. B. Regierungsbildung nach Wahl) die laufenden Zahlungen der FördergeberInnen nicht zeitgerecht ausbezahlt werden. Das war 2015 aber nicht der Fall.

C 1 Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung

Allgemeines

Allgemeine Kennzahlen

Aufschlüsselung aller Beschäftigten nach Beschäftigten-Gruppe, Beschäftigungsverhältnis (Art des Arbeitsvertrages) und nach Geschlecht.

	gesamt	m	w	Frauenquote
Geschäftsführung	2	1	1	50 %
Teilzeitbeschäftigte	10	5	5	50 %
Auszubildende	1	1	0	0 %
Geringfügig Beschäftigte	16	9	7	43,75 %
Freie MitarbeiterInnen	8	7	1	12,5 %
PraktikantInnen	3	0	3	100 %
Karenz	1	0	1	100 %
	41	23	18	43,90 %

Zitat Werte

„Die ARGEkultur bietet professionelle Arbeitsbedingungen und arbeitet mit professionellen MitarbeiterInnen. Diese teilen die Werte und Visionen der ARGEkultur und vertreten sie nach innen und außen. Die ARGEkultur bekennt sich zu einer professionellen Führung und zu dafür notwendigen transparenten Strukturen.“

„Die MitarbeiterInnen der ARGEkultur sind wesentlich für die Erreichung der Ziele der ARGEkultur. Dafür sind adäquate Rahmenbedingungen in der ARGEkultur zu schaffen.“

Soweit bekannt gibt es keinen Branchenvergleich zu Fehlzeiten nach Beschäftigungsgruppen.
 In der Geschäftsführungsebene wurden 2015 23 Tage Krankenstand erfasst.
 In der Ebene der Teilzeitbeschäftigten wurden 65 Tage Krankenstand erfasst.
 Unser Auszubildender hatte keine Fehlzeiten.
 Für die anderen Gruppen erfassen wir diese Daten nicht, da sie nicht über die ARGEkultur krankenversichert sind.

Ergänzend: 2015 war der Krankenstand deutlich höher als im üblichen Jahresschnitt, was insbesondere auf eine Person mit einer langwierigen Krankheit zurückzuführen ist.

Die Frauenquote beträgt 43,90%.

Eine Behindertenquote wird nicht erfasst. Wir beschäftigen einen Mitarbeiter mit Behinderung und erfüllen damit die gesetzlichen Rahmenbedingungen des Behinderteneinstellungsgesetzes.

C 1.1 Mitarbeiterorientierte Organisationskultur und -strukturen ¹

RELEVANZ
MITTEL

Neueinstieg/Wechsel

Der erste Schritt ist die Vertragsunterzeichnung und Anmeldung, die – wenn erforderlich – Ausgabe von Dienstkleidung, die Schulung zur Erfassung der Arbeitszeiten und weitere Formalien. Die Einschulung beginnt zuerst allgemein mit den Papieren zum Thema „was ist die ARGEkultur und warum tut sie was sie tut?“ d. h. alle neuen MitarbeiterInnen erhalten die Werte und die Vision und den letzten Tätigkeitsbericht der ARGEkultur. Danach wird an Hand der Prozesslandschaft die Eingliederung in die Gesamtstruktur erläutert. Danach geht es in die fachlichen Einschulungen in der jeweiligen Abteilung – die Einschulung erfolgt sowohl durch die direkten Vorgesetzten, als auch – wenn vorhanden – durch MitarbeiterInnen, die diese Position schon länger ausfüllen (z.B. Abendkasse, Einlass, Öffentlichkeitsarbeit). Entsprechende Arbeitsdokumente (je nach Tätigkeitsfeld) wie Stellenbeschreibungen, Checklisten, Hausordnungen, AGB usw. werden im Zuge der Einschulung erläutert.

Arbeitsorganisation

Die Arbeitsorganisation basiert – neben der strategischen Vorgaben durch die Geschäftsführung – auf einem hohen Maß an Selbstverantwortung und Selbstbestimmung. Wir verfügen über eine flexible Arbeitszeitgestaltung. Die MitarbeiterInnen können größtenteils autonom über ihre Arbeitszeit bestimmen und auch die Arbeitszeiterfassung erfolgt eigenhändig. Die Beziehung zwischen MitarbeiterInnen und Vorgesetzten ist geprägt von gegenseitigem Vertrauen. Die Beziehung basiert auf Klarheit in Bezug auf Verantwortlichkeiten und Tätigkeiten. Es herrscht Klarheit, wann die Geschäftsführungsebene in die

Entscheidung eingebunden gehört und was eigenverantwortlich entschieden werden kann.

Weiterbildung

Berufliche Weiterbildung und -entwicklung ist ein wesentlicher Punkt bei den jährlich stattfindenden MitarbeiterInnenengesprächen. Das Engagement zur Fortbildung wird nach Möglichkeit gefördert und auch aktiv eingefordert. Weiterbildungsmöglichkeiten sind fachliche Ausbildungen, Sprachen, Ausbildungen zur Gesundheitsvorsorge am Arbeitsplatz und diverse Vernetzungstreffen – z. B. die Möglichkeit des TechnikerInnen-Stammtischs, an dem sich regelmäßig die TechnikerInnen der Salzburger Kulturhäuser zum fachlichen Austausch treffen.

Wir bilden den Lehrlingsberuf VeranstaltungstechnikerIn aus.

Wir stellen zwei- bis dreimal jährlich Praktikumsplätze für die entsprechenden Pflichtpraktika der Studierenden zur Verfügung insbesondere im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und im Bereich Musik- und Theaterwissenschaften.

Wir schulen intern sowohl im Bereich unserer Datenbank (wir arbeiten mit einer eigens programmierten Ressourcenverwaltung inkl. Ticketing = ARS) als auch im Bereich unserer veranstaltungstechnischen Tools. Nachdem wir uns um Autonomie von den großen (teilweise monopolartig organisierten) AnbieterInnen dieser Programme bemühen, erfordert dies auch ein großes Eigenengagement des Personals. Unser technischer Leiter schult zwei- bis dreimal

¹ Konkret in den Dimensionen: Klarheit über Aufgaben und Verantwortlichkeiten (und ihre Grenzen), Wertschätzungskultur, Führungskultur, konstruktiver Umgang mit Problemen, Kommunikationskultur inkl. MA-Befragungen und Aus- und Weiterbildung.

jährlich unser technisches Personal in Isadora – das ist unser Programm zur Steuerung der Lichttechnik.

MitarbeiterInnen Gespräche und Unternehmenskultur (inkl. Kommunikation)

Rückmeldungen und Feedback der MitarbeiterInnen – aber auch der Geschäftsführung – sind ganzjährig möglich und auch gewünscht. Dies gilt für alle regelmäßigen Termine entlang der Besprechungsmatrix. Monatlich: Disposition, Veranstaltungsvorschau, KundInnensitzung, Team (fachliche Ebene). Jährlich: Generalversammlung, MitarbeiterInnen-Gespräche (persönliche und fachliche Ebene)

Es gibt eine Hierarchie – wir agieren aber mit dem Modell hoher Selbstverantwortung und Eigenständigkeit der MitarbeiterInnen. Die Strategie inklusive der Budgets und des Programms werden von der Geschäftsführung festgelegt und kommuniziert; innerhalb der Strategieziele gibt es flache Entscheidungs- und Handlungsstrukturen; Die ARGEkultur pflegt einen kooperativen Führungsstil (Beteiligung der MitarbeiterInnen an den Entscheidungen und Entlastung der Führung durch Delegation der Sachentscheidungen). Dieser kooperative Stil ist auch im Umgang mit- und untereinander spürbar – Hierarchien sind da nicht spürbar und erkennbar.

Freiwillige MitarbeiterInnenbefragungen in einer genormten Art und Weise gibt es bei den jährlichen MitarbeiterInnengesprächen zu den unterschiedlichen Themen (Arbeitsplatz, Arbeitsklima, Führungsverhalten usw.). Diese Gespräche werden von der Geschäftsführung organisiert und durchgeführt, Ziele des vorangegangenen Gesprächs werden evaluiert und die neuen Zielsetzungen auf eine Terminalschiene gelegt und dann weiter bearbeitet.

Gesetzlich vorgeschriebene MitarbeiterInnenbefragungen sind seit 1.1.2013 die Evaluierung psychischer Belastungen im Auftrag der AUVA. Diese Fragebögen werden alle 2 Jahre an die MitarbeiterInnen verteilt und vom Betriebsrat (der auch SVP, Sicherheitsvertrauensperson, ist) entgegen genommen. Das vereinbarte Prozedere ist, dass der Betriebsrat die Geschäftsführung informiert, wenn er/sie Handlungsbedarf sieht und dann wird das Thema gemeinsam angegangen. Dies soll die Anonymität der MitarbeiterInnen schützen – soweit dies in der Kleinheit der Struktur möglich ist.

Die Prinzipien Vertrauen, Selbstständigkeit und kooperativer Führungsstil prägen auch die Konfliktkultur. Die Geschäftsführerin ist direkte Ansprechperson und entscheidet dann konsensual mit der MitarbeiterIn die weitere Vorgehensweise. Vertrauliche Ansprechpersonen sind die Betriebsräte und die SVP (= Sicherheitsvertrauensperson) im Betrieb, obwohl auch die Geschäftsführung die Punkte als vertraulich behandelt. Die Beratungsmöglichkeiten ziehen wir im Bedarfsfalle heran. 2015 haben wir das nicht getan.

Der Informationsfluss funktioniert in beide Richtungen (hierarchisch gesehen) und findet sowohl mündlich wie schriftlich statt. Es gibt themenbezogenen Fachsitzen, in denen die involvierten MitarbeiterInnen direkt kommunizieren. An jedem Termin nimmt auch eine der GeschäftsführerInnen teil. Es gibt themenbezogene Mailverteiler und Google-Drive-Ordner, die den Zugriff und die Kommunikation in beide Richtungen ermöglichen. Gerade Google-Drive hat sich 2015 zu einem wichtigen Tool etabliert, da die Dokumente auch von außerhalb eingesehen und eingestellt werden können, was bei den unterschiedlichen Dienstzeiten der MitarbeiterInnen die Kommunikation zusätzlich verbessert.

C1.2 Faire Beschäftigungs- und Entgeltpolitik

RELEVANZ
MITTEL

Die ARGEkultur hat eine Betriebsvereinbarung die zwischen der Geschäftsführung und den Betriebsräten abgeschlossen wird und in der das Entgeltschema enthalten ist. Sie ist transparent und nachvollziehbar für alle MitarbeiterInnen. Den MitarbeiterInnen ist auch bewusst, dass wir über dem Branchenschnitt entlohnen.

Nachdem unser Haus betreffend quantitative Auslastung an der Obergrenze bespielt wird, ist keine weitere Expansion geplant. Das spiegelt sich auch in der Beschäftigungspolitik. Der letzte große

Expansionsschritt war 2005 mit dem Umzug in das doppelt so große und neue Gebäude.

Wesentliche Personalagenden werden – wenn vorhanden – in der monatlichen Teamsitzung erläutert; Fragen der Personaleinteilung werden in der monatlichen Sitzung Disposition besprochen. Die wirtschaftliche Situation wird anhand des jährlichen Tätigkeitsberichts erläutert und auch die Rahmenbedingungen (z.B. der Stand der aktuellen Förderverhandlungen) werden in der Teamsitzung besprochen.

Entsprechende Regelungen für die Kommunikation wesentlicher wirtschaftlicher Begebenheiten sind in der Geschäftsordnung und der Betriebsvereinbarung niedriger geschrieben und inkludieren alle MitarbeiterInnen, die Geschäftsführung und den Vorstand.

Wir haben als freiwillige Sozialleistungen 2-3 „Veranstaltungen“ für die MitarbeiterInnen pro Jahr. Ein Sommerfest, die Weihnachtsfeier sowie ein eintägiger Betriebsausflug. Zu 1 und 2 werden alle DienstnehmerInnen unabhängig von Tätigkeit und Beschäftigungsverhältnis eingeladen zu Punkt 3 die MitarbeiterInnen des Kernteams. Der Betriebsausflug zählt (auch von Inhalt und Aktivität her) quasi als Teambuildingmaßnahme.



C 1.3 Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance / flexible Arbeitszeiten

RELEVANZ
MITTEL

Die Betriebsvereinbarung regelt ein flexibles Arbeitszeitmodell, das den MitarbeiterInnen offen steht. Lediglich die MitarbeiterInnen, die eng an der Disposition hängen (Öffnungszeiten Kartenbüro, TechnikerInnen bei der Veranstaltung) haben eine eingeschränktere Möglichkeit zur freien Zeiteinteilung, denn sie sind an die Jahresdisposition gebunden, wobei wir Wert darauf legen, dass der Pool unserer freien und geringfügigen MitarbeiterInnen immer so groß ist, dass alle Dienste eingeteilt werden können. Dies passiert bei größtmöglicher Selbstorganisation, d. h. wir (in diesem Falle die künstlerische Geschäftsführung) teilen nicht die Personen den Diensten zu, sondern legen lediglich fest, wie viele Personen mit welcher Qualifikation (Technik, Generaldienst, Einlass, Kasse) wir brauchen und dann erfolgt die Diensterteilung eigenverantwortlich.

Die AUVA besucht und überprüft den Betrieb der ARGEkultur aus einer sicherheitstechnischen und arbeitsmedizinischen Perspektive zweimal jährlich. Die Arbeitsplätze die eine spezielle Sicherheitsanforderung haben (Bühnen, Tribünen, Gerüst usw.) sind sicher und es gibt auch entsprechende mündliche und schriftliche Unterweisungen.

Beim Thema Ergonomie herrscht im Sinne der Eigenverantwortung – innerhalb der gesetzlichen Normen – eine große individuelle Vielfalt bei den Arbeitsplätzen. Gerade in den letzten Jahren haben wir die Arbeitsplätze nach unterschiedlichen Kriterien umgerüstet. Gerade bei den Büroarbeitsplätzen ist das Bedürfnis nach einer Mischung aus Steh- und

Sitzarbeitsmöglichkeit ausgeprägt. Aber auch die Schreibtischhöhen und die Sitzgelegenheiten haben wir nach individuellen Wünschen adaptiert (vom Sitzball über den Hocker bis zum klassischen Bürostuhl). Die AUVA bietet bei ihren Begehungen auch individuelle Beratungen und Fortbildungen an.

Nahezu alle Arbeitsplätze sind barrierefrei zugänglich. Ausnahmen gibt es lediglich im Bereich der VeranstaltungstechnikerInnen – gerade das Gerüst ist für blinde oder gehbehinderte Menschen nicht zu erklimmen – gleiches gilt für den TechnikerInnen-Arbeitsplatz, der nur über Stufen zugänglich ist.

Es gibt für die MitarbeiterInnen im Veranstaltungsdienst Aufenthaltsräume in der Nähe der Veranstaltungsräume und die Büros sind so individuell eingerichtet, dass sie den Entspannungsbedürfnissen bei Bedarf gerecht werden – z. B. Sofas für Ruhepausen im Büro. Nachdem wir hauptsächlich Teilzeitbeschäftigte haben, ist die Nachfrage nach organisierten Entspannungsmöglichkeiten nicht so hoch. Dies betrifft v. a. die MitarbeiterInnen, die lange Dienste mit 10 Stunden-Tagen rund um die Veranstaltungen haben. Hier haben wir durch die Betriebsküchen, die Terrasse im 2. OG und Räume, die für das Publikum nicht zugänglich sind, Rückzugsmöglichkeiten geschaffen.

Kennzahlen

2015 gab es keinen Arbeitsunfall – diese sind auch sonst sehr selten.

Krankenstände sind bereits ausgeführt.



Es gibt noch keine Pensionierung seit der hauptamtlichen Struktur der ARGEkultur – die erste MitarbeiterIn soll planmäßig 2019/2020 in Pension gehen.

Es wurden 2015 keine Angebote zur Gesundheitsvorsorge – vorgeschlagen bei den jährlichen Begehungen der AUVA – in Anspruch genommen.

C 1.4 Gleichstellung und Diversität

RELEVANZ
MITTEL

Zitat Werte

„Die ARGEkultur agiert partizipativ und emanzipatorisch. Sie ist initiativ, offen und fördert Ideen und Projekte, die ihrem Kunst- und Kulturauftrag entsprechen. Sie unterstützt die Gerechtigkeit zwischen den Geschlechtern und unter sozialen Gruppen durch Programm und Organisation. Sie ermöglicht barrierefreien Zugang zu Programm, Infrastruktur und Kommunikation.“

Gleiche Bezahlung bei gleicher Arbeit ist ein wesentliches Gleichstellungskriterium welches wir zu 100% einsetzen. Die Wichtigkeit der Gleichstellung zwischen den Geschlechtern ergibt sich aus den Werten und dem Selbstverständnis der ARGEkultur. Der Frauenanteil liegt bei 43,9%.

Bei der Beschäftigung von Menschen mit Behinderung erfüllen wir die gesetzliche Quote und beschäftigen einen Mitarbeiter mit Behinderung. Es gibt keine speziellen Maßnahmen für die MitarbeiterInnen zu diesem Thema. Das Bewusstsein der Gleichheit aller Menschen ist in unserer Wertebasis verankert. Dies wird sowohl in der Organisation, als auch im Programm sichtbar.

Da Antidiskriminierung dermaßen in unsere Werte und unser Programm integriert ist, braucht es keine speziellen Schulungen – die Wertekompatibilität der einzelnen MitarbeiterInnen gewährleistet ein entsprechendes Bewusstsein zu diesem Themenfeld.

Bewusstseinsbildung findet z. B. bei der aktiven Auseinandersetzung mit unseren Werten und bei der Erläuterung zu einzelnen Veranstaltungen statt.

Kennzahlen

2015 gab es keine Beförderungen. In der Kleinheit der Organisation besteht auch kaum Möglichkeit.

2015 hatten wir eine Mitarbeiterin in Karenz. Sie wird aber nach aktueller Planung erst 2018 wieder in den Betrieb zurückkehren.

Es gab keine Fluktuationen im Bereich der Teilzeitbeschäftigten.

Bei den geringfügig Beschäftigten gab es die übliche Fluktuation von ca. 20%, da es sich um Studierende handelt, die ihre Arbeitsverhältnisse den Anforderungen des Studiums anpassen.

C2 Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit

Es gibt eine Arbeitszeiterfassung, die im Libreoffice Calc programmiert ist. Es gibt Wochenberichte und Monatsberichte, je nach arbeitsrechtlicher Notwendigkeit, resultierend aus dem Arbeitszeitgesetz (z.B. Nachtarbeit). Die Arbeitszeiterfassung erledigt jede DienstnehmerIn persönlich durch einen Eintrag in die personalisierte Datei. In der Tabelle sind die fixen Daten (z.B. wöchentliche Arbeitszeit, Feiertage) bereits hinterlegt, die Urlaubs- bzw. Zeitausgleichszeiten werden von den DienstnehmerInnen erfasst. Zu speziellen Stichtagen wird die Erfassung im Sinne der formalen Richtigkeit durch die Buchhaltung kontrolliert.

Die Zeiterfassung und die Arbeitszeitmodelle sind transparent und über die Betriebsvereinbarung geregelt.

Bei der Arbeitszeitgestaltung spielen wieder die Aspekte der Eigenständigkeit stark hinein. Da sich die MitarbeiterInnen größtenteils ihre Arbeitszeit frei einteilen können und eine hohe Identifikation zum Unternehmensinhalt besteht, existiert eine hohe Überzeugung von der Sinnhaftigkeit des Tuns.

Es gibt auch sehr unterschiedliche Anforderungen beim Thema Wochenarbeitszeit. Von „ich verdiene genug“, „brauche weniger Geld“, „will weniger arbeiten“ bis hin zum Gegenteil.

Wir versuchen in den jährlichen MitarbeiterInnen-gesprächen individuelle Lösungen zu finden, was uns nicht immer gelingt, da wir pro Position oft nur eine Person besetzt haben und damit schwer Alternativen möglich sind.

C2.1 Senkung der Normalarbeitszeit

Kennzahlen

Durchschnittliche Arbeitszeit je Beschäftigten

2015 ergibt sich umgelegt auf die 14 Vollzeitäquivalente eine Wochenarbeitszeit von durchschnittlich 37,14 Stunden.

Geleistete Überstunden je MitarbeiterIn

Von 2014 auf 2015 haben sich die Mehrstunden der gesamten MitarbeiterInnen nur um 9 Stunden erhöht. Das heißt das System des Stundenabbaus im Jahreszyklus funktioniert.

Die Normalarbeitszeit für Vollzeit beläuft sich auf 38,5 Stunden pro Woche. Allerdings beschäftigen wir, mit Ausnahme unseres Lehrlings, niemanden in Vollzeit. Daher ergeben sich keine Überstunden, sondern Mehrstunden. Auch hier gibt es sehr individuelle Unterschiede. Gerade rund um den direkten Veranstaltungsbereich arbeiten wir mit Jahresarbeitszeitmodellen. Da wir von Mitte September bis Anfang Juli durchgehend veranstalten, reicht die Wochenarbeitszeit oft nicht aus. Im Zeitraum Juli bis Mitte September wird dieser Überhang in Form von Zeitausgleich abgebaut. Unsere MitarbeiterInnen wissen diese Möglichkeit der mehrwöchigen (bis zu 8 Wochen) Abwesenheiten sehr zu schätzen, dienen sie doch speziell der Erholung und der Fokussierung. Sollte der

Zeitausgleich zum Aufbrauch der Mehrstunden nicht reichen, so werden diese laut Betriebsvereinbarung mit Stichtag 30.9. ausbezahlt. Dies ist aber nicht der Regelfall, sondern der Sonderfall und tritt lediglich bei besonderen Großprojekten in Kraft (z. B. unsere technische Leitung betreute das Projekt Umbau barrierefreier Zugang Studio im Sommer 2015).

Dies gilt nicht für die geringfügigen oder freien MitarbeiterInnen – sie werden ja nach geleisteten Stunden bezahlt.

Bei der Geschäftsführung gibt es Verträge mit Überstundenpauschalen.

Es gibt keine All-Inclusive-Verträge.

RELEVANZ
HOCH

C2.2 Erhöhung des Anteils der Teilzeit-Arbeitsmodelle und Einsatz von Zeitarbeit (bei adäquater Bezahlung)

RELEVANZ
MITTEL

Die ARGEkultur beschäftigt keine ZeitarbeiterInnen und die Teilzeitquote liegt bei 100%. Das liegt an unserer gewollten flexiblen Organisation der Gesamtarbeitszeit (z.B. bessere Vertretungsmöglichkeiten) und damit entsprechen wir auch den Wünschen unserer MitarbeiterInnen (z. B. Zeit für Kinderbetreuung oder auch das Arbeiten bei Festivals). Im Jahr 2015 haben wir keine Neueinstellungen (im Sinne zusätzlicher Arbeitsplätze) getätigt. Es kam lediglich zu Nachbesetzungen von vakanten Stellen im Veranstaltungsbereich.

Kennzahlen

- » Zeitarbeitsquote liegt bei 0%
- » Teilzeitquote liegt bei 100%
- » Neueinstellungen 20% – bei den geringfügig Beschäftigten im Veranstaltungsbereich

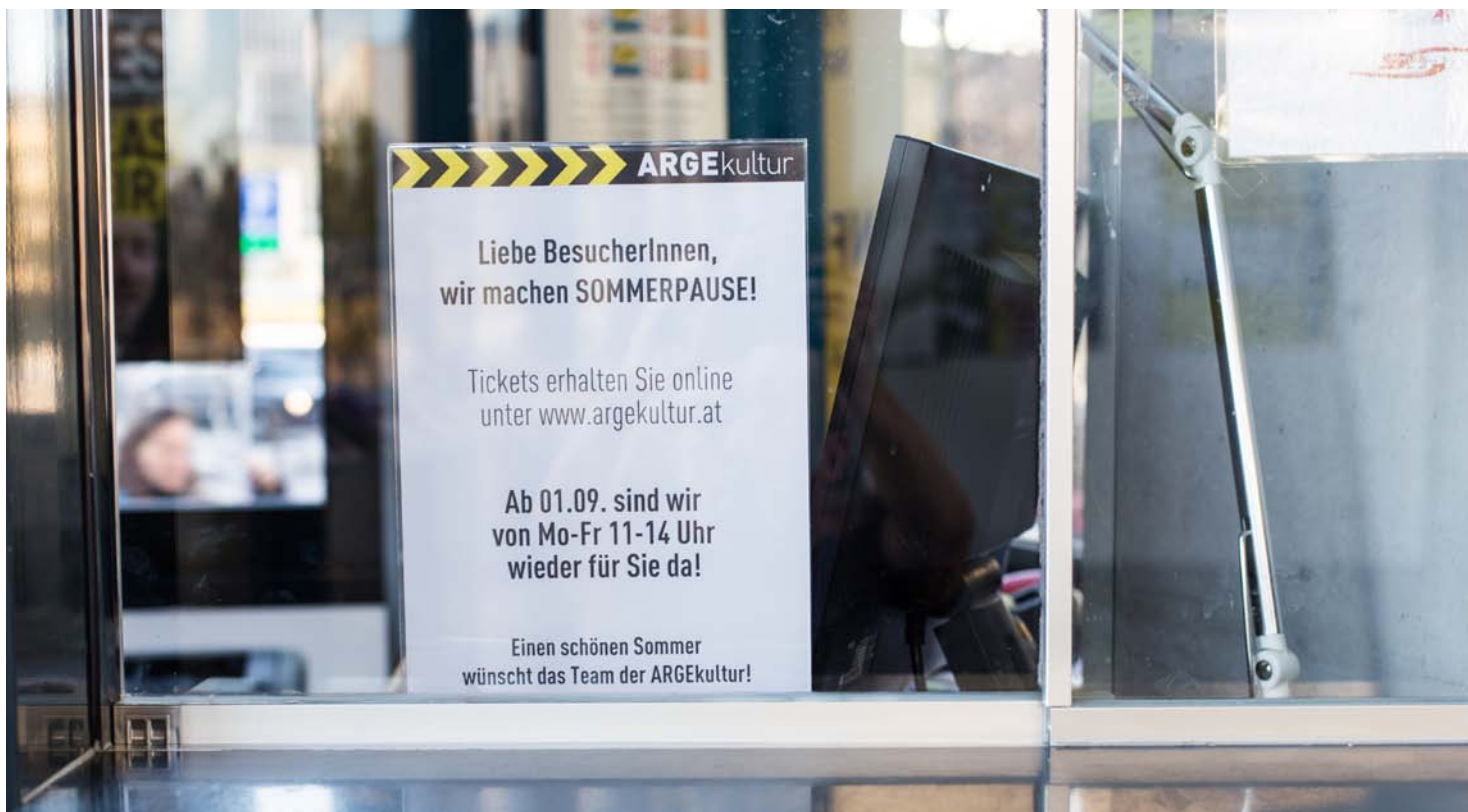
C2.3 Bewusster Umgang mit (Lebens-)Arbeitszeit

RELEVANZ
MITTEL

Durch die hohe Eigenverantwortlichkeit der MitarbeiterInnen und die Flexibilität in der Disposition der Arbeitszeit in den unterschiedlichen Modellen unterstützen wir vom Ansatz her das Modell „Arbeitszeit = Lebenszeit“. Dadurch haben wir z. B. 2015 zwei fünfwöchige Abwesenheiten für Wunschurlaube disponieren können.

Fortbildungen legen wir gemeinsam mit den MitarbeiterInnen im MitarbeiterInnen-Gespräch fest. Dies gilt auch für Fortbildungen im Selbst- und Zeitmanagement.

2015 haben wir sechs Fortbildungen für unsere MitarbeiterInnen finanziert. Drei dieser Fortbildungen fallen in unterschiedliche Kategorien mit den Themen „Wirkungsvoll überzeugen“, „Gesunde Augen“ und „KulturmanagerInnen vernetzen sich“.



C3 Forderung und Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

RELEVANZ

HOCH

Die ARGEkultur betreibt keine Kantine im klassischen Sinn. Sie hat aber im Gebäude die Gastronomie an das ARGE Beisl verpachtet. Der Anteil an vegetarischen und veganen Essen nimmt zu (nicht evaluiert aber geschätzt bei 50%), das tägliche Mittagmenü enthält zwei Gerichte individuell mit Suppe oder Salat – wobei ein Gericht immer vegetarisch (häufig sogar vegan) ist; unsere MitarbeiterInnen erhalten Essensmarken für die Gastronomie (im Haus und individuell auch im Umfeld der ARGEkultur in Nonntal) in der Höhe des Lohnsteuerfreibetrages von € 4,40 pro Arbeitstag und die Möglichkeit auf Bezug eines vergünstigten (minus 10%) Mittagmenüs (im ARGE Beisl); in Nonntal sind die anderen Lokale aktuell das Café Cult (im Künstlerhaus) und das Green Garden – beides Lokale die sehr viel Wert auf Regionalität der Produkte und sozialen Umgang mit den MitarbeiterInnen legen und viele bzw. ausschließlich vegetarische Gerichte

anbieten; außerdem zählt auch die Metzgerei Stocker in Nonntal zum Kreis der „Lokale“ die die Essensmarken der MitarbeiterInnen der ARGEkultur annehmen; es wird also auch auf Fleischgelüste geachtet; die drei „Lokale“ neben dem ARGE Beisl haben die MitarbeiterInnen ausgewählt und wir sind sehr froh und stolz, dass sie noch nie z. B. McDonalds oder sonstige Lebensmittelketten für sich ausgewählt haben (da hätten wir dann Diskussionsbedarf); außerdem stellen wir im Gebäude zwei öffentliche „Kaffeeküchen“ mit Kochmöglichkeit (Kochplatte und Mikrowelle – aber auch Kühlschrank und Geschirrspüler) zur Verfügung, damit sich die MitarbeiterInnen individuell und unabhängig von der Gastronomie (und deren Öffnungszeiten) versorgen können – was sehr gut angenommen und frequentiert wird.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

RELEVANZ

HOCH

Es gibt quasi alle Möglichkeiten für die MitarbeiterInnen den Arbeitsweg umweltschonend zurückzulegen. Wir fördern durch den Zugang und die Werte und auch durch eine flexible und selbstständige Zeiteinteilung die Mobilität. 80% der MitarbeiterInnen benutzen den ÖPNV oder das Fahrrad. Sharing Modelle finden kaum Einsatzmöglichkeit, was m. E. nach an der Anzahl der MitarbeiterInnen und den flexiblen Arbeitszeiten liegt. Sie werden hauptsächlich eingesetzt, wenn wir als Gruppe gemeinsam wo hin fahren z. B. Betriebsausflug.

Wir stellen Diensträder zur Verfügung, die von uns angeschafft bzw. gewartet werden. Das fördert die Mobilität für die MitarbeiterInnen. Wir haben uns beim Bau des Hauses sehr für die Anbindung an das öffentliche Busnetz eingesetzt, weshalb wir direkt vor der Türe eine Bushaltestelle haben.

Nur wenige MitarbeiterInnen besitzen ein Auto. Das Auto wird hauptsächlich verwendet, wenn größere Erledigungen für die ARGEkultur anstehen wie z. B. Transporte. Diese werden mit den privaten PKW erledigt, weil wir kein Dienstfahrzeug haben. Kleinere Lieferungen lassen wir vom Fahrradkurierdienst erledigen.

Es gibt kaum Dienstreisen für die ARGEkultur. Dienstreisen werden überwiegend per Bahn getätigt. Dienstreisen innerhalb der Stadt Salzburg mit dem ÖPNV oder dem Fahrrad.



C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse

RELEVANZ
MITTEL

Die Sensibilisierung der MitarbeiterInnen im Alltag ist sehr hoch und entspricht auch dem Selbstverständnis der ARGEkultur. Es gibt keine Dienstautos und die MitarbeiterInnen erledigen die Fahrten zum und vom Arbeitsplatz bzw. die Dienstfahrten größtenteils mit dem Fahrrad oder den öffentlichen Verkehrsmitteln. Bei Dienstreisen verwenden wir ebenfalls die Bahn. Die MitarbeiterInnen mit Einkaufsverantwortung haben ein hohes Bewusstsein für ökologische Belange, wenn sie auch nicht immer zur Kaufentscheidung maßgeblich beitragen. Die Fragestellung nach dem ökologischen Fußabdruck wird aber immer mitgedacht. Es gibt auch unterschiedliche Maßnahmen, die bewusstes Handeln fördern sollen:

- » Aufforderung zum doppelseitigem oder Duplexdruck
- » Verwendung eines zentralen Druckers
- » Trennung des Büromülls in Papier und Restmüll
- » Bewegungsmelder für die Licht- und Heizungssteuerung



C4 Gerechte Verteilung des Einkommens

C4.1 Innerbetriebliche Bruttoeinkommensspreizung im Unternehmen

RELEVANZ
HOCH

Kennzahlen

Wie hoch ist die Spreizung zwischen dem geringsten und höchsten Einkommen im Unternehmen (Bruttolohn inkl. aller Zulagen für Vollzeitäquivalent)?

Das geringste Einkommen bezieht unser Hausmeister – es beläuft sich auf brutto p. m. von € 2.406,16.

Das höchste Einkommen beziehen die GeschäftsführerInnen – es beläuft sich auf brutto p. m. von € 5.090,29.

Das ergibt eine Spreizung von 1:2 (2,12).

C4.2 Mindesteinkommen

RELEVANZ
MITTEL

Kennzahlen

Wie hoch ist das Mindesteinkommen im Unternehmen und ist es bezogen auf die Lebenshaltungskosten der Region auskömmlich?

Im Handbuch der GWÖ (Seite 79, Fußnote 9) wird auf die Reference Budgets verwiesen. Hier ergibt sich für einen Mann ein Betrag der unterhalb der € 1.330,00 liegt, der hier in der Fußnote 13 vorgeschlagen wird.

Nachdem das Mindesteinkommen im Vollzeitäquivalent mit netto p.m. € 1.619,01 über beiden Beträgen liegt ist das Einkommen bezogen auf die Lebenshaltungskosten der Region als auskömmlich zu betrachten.

C4.3 Transparenz und Institutionalisierung

RELEVANZ
NIEDRIG

Alle Daten und Informationen zur Gehaltsstruktur sind transparent. Sowohl Einstufung als auch Entlohnung der MitarbeiterInnen wird über die Betriebsvereinbarung geregelt. Die Gehälter werden über eine Gehaltstabelle geregelt, die die GPA für Vereine herausgibt.

Detaillierte Regelungen befinden sich in der Betriebsvereinbarung. Änderungen bedürfen der Abstimmung mit den Betriebsräten bzw. der Zustimmung des Vorstands.

C5 Innerbetriebliche Demokratie und Transparenz

C5.1 Grad der Transparenz

RELEVANZ
NIEDRIG

Der Grad der Transparenz ist sehr hoch, da alle Informationen abgefragt werden können – entweder direkt oder indirekt.

Die Transparenz liegt nahezu bei 100%. Beim Thema Personal ohnehin (bereits ausgeführt) aber auch die Kostenrechnung und die Vorstandsprotokolle sind auf Anfrage einsehbar – und die Anfrage ist aufgrund der IT-Organisation notwendig.

Einzige Ausnahme sind Personaldaten die dem speziellen rechtlichen Datenschutz unterliegen z. B. bei Krankheiten (hier haben nur Geschäftsführung und Buchhaltung Einsicht und Zugriff).

Wobei man auch klar feststellen kann, dass den MitarbeiterInnen kaum an „allen“ Informationen gelegen ist. Hauptsächlich werden die bereichsspezifischen Daten abgerufen. Das ist sicher auch eine

Konsequenz eines vertrauensvollen Arbeitsklimas, denn die MitarbeiterInnen verlassen sich darauf, dass wesentliche Dinge von der Geschäftsführung angesprochen werden.

Aufgrund der Kleinheit der Organisation gibt es kein eigenes EDV-Programm zum Thema Transparenz. Es gibt aber z. B. das Team-Laufwerk am Server, auf das die MitarbeiterInnen Zugriff haben und das u. a. die komplette AZE-Erfassung aller MitarbeiterInnen beinhaltet. Auf diesem Laufwerk sind auch die Protokolle der wesentlichen Sitzungen abgelegt.

Nicht alle MitarbeiterInnen haben in der EDV Zugang zu allen Themen.

C5.2 Legitimierung der Führungskräfte

RELEVANZ
MITTEL

In unserer Struktur zählen, laut Definition, die GeschäftsführerInnen als Führungskräfte (auf sie findet auch das Arbeitszeitgesetz zum Schutze der DienstnehmerInnen nur bedingt Anwendung). Sie werden nach einem vorgeschriebenen Prozedere (laut Geschäftsordnung) vom Vorstand ausgewählt. Den MitarbeiterInnen und auch dem Geschäftsführungskollegen kommt kein Entscheidungsrecht zu.

Der Prozess ist komplett transparent – vom Prozedere über die KandidatInnen. Es gibt auch eine klar geregelte Mitsprache (im Sinne eines Vetorechts) aber eben keine Mitentscheidung.

C5.3 Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen

RELEVANZ
HOCH

Die MitarbeiterInnen haben, wie ausgeführt, große Freiräume bei der Arbeitseinteilung und auch in ihren jeweiligen Bereichen auf den operativen Ebenen. Die TeammitarbeiterInnen sind zu 40% auch KostenstellenleiterInnen, d.h. sie treffen auch die Einkaufsentscheidungen selbstständig – lediglich bei größeren Anschaffungen und Projekten wird die Geschäftsführung miteinbezogen.

Personalentscheidungen treffen die GeschäftsführerInnen unter Einbeziehung der Betriebsräte bzw. der betroffenen MitarbeiterInnen.

Wir versuchen bei allen Entscheidungen einen Konsens zu finden. Sollte dies nicht möglich sein, dann sind in der Geschäftsordnungen die Beschlussregelungen festgelegt, auf die wir 2015 nie zugreifen mussten.

In der Strategieebene werden die Entscheidungen von den GeschäftsführerInnen getroffen. Das Programm und die Budgetverteilung wird hier festgelegt und dann nach innen kommuniziert.

C5.4 Mit-Eigentum der MitarbeiterInnen

RELEVANZ
MITTEL

Wie schon ausgeführt ist der Verein ARGEkultur der alleinige Gesellschafter und damit Eigentümer der ARGEkultur gem. GmbH. Der Vorstandsvorsitzende des Vereins agiert als Eigentümerversorger in der GmbH.

Das Mit-Eigentum ist daher nur marginal über die Vollmitgliedschaft möglich (alle MitarbeiterInnen sind auch Vollmitglieder des Vereins) – eine Mitbestimmung bzw. ein Mit-Eigentum (im Sinne des Vorstands) ist auch nicht vorgesehen.

Zitat aus den Statuten des Vereins ARGEkultur (Eigentümer der ARGEkultur GmbH)

§ 5 Absatz 2

„... Sie (die Vollmitglieder) haben das Recht, an der Vollversammlung teilzunehmen sowie in der Generalversammlung Anträge zu stellen und ihre Stimme abzugeben. Jedes Vollmitglied hat eine Stimme. Jedem Vollmitglied steht das aktive Wahlrecht zu. Das passive Wahlrecht steht nur natürlichen Personen zu. Ein passives Wahlrecht steht nicht zu, wenn ein wesentliches wirtschaftliches Verhältnis zum Verein ARGEkultur oder zur ARGEkultur GmbH besteht (z.B. MitarbeiterInnen der GmbH, NutzerInnen, kommerzielle VeranstalterInnen, Lieferanten, MitarbeiterInnen und GesellschafterInnen des ARGE Nonntal Gastronomie GmbH). Das aktive und passive Wahlrecht steht nur jenen Vollmitgliedern zu, welche den Mitgliedsbeitrag für das betreffende Kalenderjahr, in welchem die (außerordentliche) Generalversammlung stattfindet, bezahlt haben.“

D 1 Ethisches Verkaufen

Zitat ARGEkultur Werte

„Die ARGEkultur erachtet die Beziehung zu KünstlerInnen, NetzwerkpartnerInnen und BesucherInnen (= KundInnen) als besonders wertvoll. Die Dienstleistungen und Angebote der ARGEkultur sind auf die Bedürfnisse dieser PartnerInnen ausgerichtet und abgestimmt.

Die ARGEkultur agiert partizipativ und emanzipatorisch. Sie ist initiativ, offen und fördert Ideen und Projekte, die ihrem Kunst- und Kulturauftrag entsprechen. Sie unterstützt die Gerechtigkeit zwischen den Geschlechtern und unter sozialen Gruppen durch Programm und Organisation. Sie ermöglicht barrierefreien Zugang zu Programm, Infrastruktur und Kommunikation.

Die ARGEkultur sichert professionelle Rahmenbedingungen für die Erarbeitung der künstlerischen bzw. kulturellen Produkte und Prozesse.“

Gemeinsam mit KünstlerInnen bewegen und begegnen wir uns an einem gemeinsamen Lebens-, Arbeits- und Aufführungsort. Regionale politische Themen können daher unmittelbar und konkret in die Arbeitsprozesse einfließen. Die künstlerischen Projekte begreifen sich als Teil eines aktiven Gemeinwesens, auch gegen lokale politische Strömungen, wie sie in Salzburg besonders präsent sind; die Zusammenarbeit wird oftmals getragen von persönlicher und institutioneller Solidarität. Lokale Identität und Glaubwürdigkeit erzeugen überregionale Öffentlichkeit und Wirksamkeit.

Regionalität ist für uns auch im Verkaufen wesentlich – in diesem Sinne bedeutet die Regionalität für viele KünstlerInnen und BesucherInnen, Teil eines produktiven Korrektivs zu sein, das sich selbstbewusst und selbstkritisch weiter entwickelt.

Unser Produkt und unsere Dienstleistungen sind transparent. Das ist wesentlich für uns, weil wir ja für die Öffentlichkeit arbeiten. Und wir wollen sowohl den Prozess, als auch das Produkt sichtbar und nachvollziehbar gestalten.

Die Lebensdauer unserer Produkte (Veranstaltungen und Produktionen) ist sehr unterschiedlich. Eine Kabarettvorstellung oder ein Konzert einer Band, die eine neue Platte veröffentlicht, läuft z. B. oft über Jahre immer wieder. Bei uns im Haus, aber auch häufig im ganzen deutschsprachigen Raum (z. B. Alfred Dorfer oder Wanda). Bei den Produktionen ist beides möglich. Tanztheater z. B. lebt von internationalen Tourneen. Also gehen die Produktionen von der ARGEkultur hinaus in internationale Tanzfestivals. Bei Theaterproduktionen ist häufig Sprache und die Produktionsmittel ein Hemmschuh für eine Langlebigkeit. Sie werden mehrheitlich nur in Salzburg gezeigt.

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

RELEVANZ
HOCH

Die/Der Kundin/Kunde steht im Mittelpunkt unserer Tuns.

Unsere Unternehmensprozesse zielen daher darauf ab, möglichst ideale Rahmenbedingungen zu schaffen. Wesentlich in diesen KundInnenbeziehungen ist auch die hohe Identifikation der MitarbeiterInnen zu „ihren“ Produkten. Das fördern wir auch durch unsere Sitzungen mit dem Veranstaltungspersonal. Die Veranstaltungsvorschau findet einmal monatlich statt, wo unser künstlerischer Leiter dem Personal detailliert erläutert, warum wir im nächsten Monat welches Programm machen und welches Publikum

wir erwarten, damit sich das Personal ideal darauf einstellen kann.

Weiters handeln wir nach dem Prinzip „MitarbeiterInnenzufriedenheit“ schafft „KundInnenzufriedenheit“.

Die ARGEkultur verfolgt vielschichtige Marketingmaßnahmen: Website, Social-Media-Kanäle (Facebook, Twitter, Flickr), diverse Drucksorten im öffentlichen Raum (Flyer, Plakate) und der persönliche Kontakt mit den BesucherInnen (Nachfragen, Reservierungen, Ticketkauf) per Mail oder Telefon

bzw. direkt vor Ort im Infopoint (= Vorverkaufsstelle der ARGEkultur).

Alle diese Maßnahmen entsprechen unserem Selbstverständnis, d. h. wir betrachten die KundInnen als wertvoll, pflegen einen respektvollen Umgang, Zufriedenheit geht vor Verkauf.

Insbesondere der persönliche Umgang mit den BesucherInnen ist uns sehr wichtig. Die/Der Kundin/Kunde vor Ort geht immer vor den KundInnen in den anderen Kanälen.

Mit KundInnen in Kontakt sein ist für uns wichtig. Die künstlerische Leitung ist an den Veranstaltungsabenden anwesend und wir sind damit unter unseren KundInnen (KünstlerInnen und BesucherInnen) und erfahren so viel Feedback direkt und intuitiv.

Wir intervenieren bei wesentlichen Netzwerkschnittstellen zu Gunsten der KundInnen z.B. dem ARGE Beisl bei deren Produktgestaltung (z.B. Speisenangebot und Musik).

Übersicht zur Einschätzung der Maßnahmen	
Marketing/Verkaufsmaßnahme	Prozentualer Anteil am Marketing/Verkaufsbudget
Website	
Drucksorten	

Wir schlüsseln unser Marketingbudget nach Kostenstellen (d.h. nach Projekten) und nicht nach Maßnahmen. Daher ist die Tabelle für uns so nicht ausfüllbar.

ARGE Vision

„Die ARGEkultur soll für unsere BesucherInnen zum unverzichtbaren Ort der Auseinandersetzung und der künstlerischen und kulturellen Erfahrung werden. Sie erleben die Andersartigkeit, Leistbarkeit und Zugänglichkeit unseres Angebots bewusst und schätzen dies. Zugänglichkeit umfasst einen barrierefreien Zugang im weiten Sinn, also auch den Zugang unabhängig von Geschlecht, sozialer Stellung und ethnischer Zugehörigkeit.“

D 1.2 Produkttransparenz, Fairer Preis und ethische Auswahl der KundInnen

RELEVANZ
NIEDRIG

Unsere Preisgestaltung bei den Produkten ist außerordentlich fair und transparent und soll allen KundInnen-Gruppen das Arbeiten und den Besuch der ARGEkultur ermöglichen.

Die Preise der Dienstleistungen der ARGEkultur sind in den Drucksorten bzw. auf der Website direkt abrufbar oder anfragbar.

Die detaillierten Herstellungskosten schlüsseln wir den BesucherInnen gegenüber nicht aktiv auf. Diese Informationen sind ursächlich für die FördergeberInnen bzw. die Generalversammlung vorgesehen. Die BesucherInnen informieren wir über Preis, Verfügbarkeit – und vor allem den Inhalt, der ja für unsere Produktauswahl und das Angebot das wesentlichste Kriterium darstellt.

Wir kalkulieren unser Angebot sehr differenziert. Teile des Kulturbudgets müssen Deckungsbeiträge erwirtschaften, andere Teile nicht. Grundsätzlich geht es um die Deckung der variablen Kosten, da wir zur

Abdeckung der Fixkosten öffentliche Förderungen erhalten.

Ein wesentlicher Aspekt der Kalkulation ist immer die Leistbarkeit für jede/n Kundin/Kunden.

Das Erkennen unethischer KundInnen ist beim Ticketkauf für die Veranstaltung nicht möglich (auch aus ethischen Gründen), denn dann müsste ja eine Werthaltung abgefragt werden. Wenn wir unethische Handlungen erkennen (z. B. parteipolitische Parolen, Aggressionen gegenüber Teilen des Publikums) dann verweisen wir die KundInnen der Veranstaltung und des Hauses. Mit Unternehmen, die unseren Werten widersprechen gehen wir keine vertraglichen Verbindungen ein.



Auszug aus dem Programm 2015

„Als Prämisse für unsere Arbeit gilt eine Programmierung, die alle Kulturinteressierten unabhängig von ihrem sozialen Status Zugang zu Kultur abseits des Mainstreams ermöglicht. Daher bieten wir StudentInnen, SchülerInnen und Mitgliedern der ARGEkultur Tickets mit einer 50 %-igen Ermäßigung an.

Qualitativ erweitert wird 2015 das Workshopprogramm, speziell für Kinder und Jugendliche sowie für sozial Benachteiligte. Dieses Angebot kann überwiegend kostenlos genutzt werden. Damit

unterstützt die ARGEkultur den niederschweligen Zugang zur selbständigen Kunst- und Kulturproduktion und fördert kreative, autonome, künstlerische Entwicklungs- und Ausdrucksformen. In besonders intensiver Form wird aktuell die Infrastruktur des Hauses als Arbeits- und Probenhaus genutzt. Neben der Nutzung der Musikprobenräume sind es auch hier vor allem die Bereiche Tanz und Theater, die im Probenbetrieb eine intensive Auslastung der zur Verfügung stehenden Kapazitäten notwendig macht.“

D 1.3 Umfang der KundInnen-Mitbestimmung / gemeinsame Produktentwicklung / Marktforschung

RELEVANZ
MITTEL

Die Produktentwicklung ist ein ureigener Prozess der KünstlerIn (geistiges Eigentum). Die Autonomie der Kunst und des Programms sind wesentliche Prämissen der Kulturarbeit.

Daher ist eine gemeinsame Produktentwicklung mit den KünstlerInnen und NetzwerkpartnerInnen notwendig und gewünscht. Dies gilt aber nicht für die BesucherInnen.

KünstlerInnen

Sie sind wesentlich für die Umsetzung unserer Dienstleistung (sowohl im Erarbeiten bei den Produktionen) als auch bei den Auftritten (bei den Veranstaltungen); persönliche Beziehungen und ein vertrauensvolles Verhältnis zwischen der künstlerischen Leitung und den KünstlerInnen sind die Basis für eine gute und dauerhafte Zusammenarbeit; die Bedürfnisse dieser KundInnengruppe werden auf der formalen Ebene um Technical Rider und Catering Rider ergänzt, die unsere MitarbeiterInnen für die KünstlerInnen optimal erfüllen und umsetzen.

NetzwerkpartnerInnen

Mit ihnen erarbeiten wir einzelne Konzepte für die Bespielung unseres Hauses; es gibt unterschiedliche Arten der Zusammenarbeit – die Basis ist die Übereinstimmung der Werte – danach ergibt sich die inhaltliche Herangehensweise an das Thema und der Ausdrucksform (Sparte); Die ARGEkultur spielt also eine initiative oder partizipative Rolle in Netzwerken: Diese sind zweckorientierte und temporäre Zusammenschlüsse. Sie münden in Veranstaltungen und/oder Produktionen (vorrangig mit regionalen Initiativen und KünstlerInnen) oder dienen der Weiterentwicklung von Inhalten der ARGEkultur. Es handelt sich um prozesshafte und räumlich unabhängige Partizipationsangebote.

BesucherInnen

Den BesucherInnen zuzuhören ist eine laufende aktive Auseinandersetzung – Feedbackschleifen in der KundInnen-Sitzung, beim Einlasspersonal usw. Ziel ist es aber nicht, die BesucherInnen in die Produktentwicklung miteinzubeziehen.

D1.4 Service-Management

RELEVANZ

MITTEL

Die KundInnen stehen im Fokus unseres Handelns. Ihre Kreativität und Zufriedenheit ist die Basis unseres Unternehmens.

Alle MitarbeiterInnen sind auf die jeweiligen KundInnengruppen und deren Bedürfnisse geschult (das Veranstaltungspersonal für die BesucherInnen, die TechnikerInnen für die KünstlerInnen usw.).

Wir versehen unsere Produkte unter anderem mit Zielsetzungen betreffend Alter und Quantität; wir erwarten von unserem Personal, dass es ein Kabarettpublikum mit dem Durchschnittsalter von 40 Jahren gleich kompetent und achtsam behandelt, wie das Konzertpublikum mit dem Durchschnittsalter von 25 Jahren. Diese KundInnen haben unterschiedliche Bedürfnisse bei Garderobe, Getränken, Zeitplan usw. Wir kennen diese Bedürfnisse (und evaluieren sie laufend) und schulen unsere MitarbeiterInnen in allen Schnittstellen, diese zu erkennen und möglichst zu erfüllen.

Der BesucherInnen-Prozess inkludiert das Feedback der BesucherInnen, insbesondere im Zuge bzw. nach der Veranstaltung. Das Feedback wird im Generaldienstbogen (Formular, das für jede Veranstaltung angelegt wird) erfasst und dann sowohl an die Geschäftsführung, als auch an die relevanten MitarbeiterInnen über die Sitzungsstruktur weitergeleitet (z. B. Feedback über Abwicklungen an der Abendkasse gehen an die KundInnen-Sitzung, Feedback über die Garderobe geht an die Dispo-Sitzung usw.).

Unser Grundsatz lautet „MitarbeiterInnenzufriedenheit schafft KundInnenzufriedenheit“.

So sollen unsere MitarbeiterInnen immer freundlich und lösungsorientiert auf das Feedback reagieren.

Die Kommunikation mit den KundInnen ist immer ernst zu nehmen und konsequent zu verfolgen (z. B. Beschwerden, die nicht direkt geklärt werden können, werden per Mail an die Ansprechperson weitergeleitet und diese übernimmt dann die Verantwortung für die Beantwortung).

Die Nachbesprechung für die KundInnengruppe, KünstlerInnen und Netzwerk liegt in der Verantwortung der Künstlerischen Leitung. Es wird nach den gemeinsamen Projekten durchgeführt und Verbesserungen fließen in künftige Projekte ein.

Das Beschwerdemanagement ist Teil des BesucherInnen-Prozesses und spiegelt sich in allen Prozessschritten wider.



D 2 Solidarität mit Mitunternehmern

Temporäre und dauerhafte Netzwerke sind wesentlich für die ARGEkultur, sowohl für ihre Kulturarbeit aber auch in ihrem gesellschaftlichen Wirken. Die ARGEkultur war Gründungsmitglied des Dachverbands der Salzburger Kulturstätten (kurz DVB) im Jahre 1989. Immer wieder sind wir im Vorstand vertreten, so auch 2015.

Zitat Website DVB

„Der Dachverband Salzburger Kulturstätten ist das Netzwerk und die kulturpolitische Interessenvertretung der ‚freien‘ zeitgenössischen und autonomen Kulturarbeit im Bundesland Salzburg. Die Politisierung von Kulturarbeit und Kulturpolitik wird durch Veranstaltungsreihen sowie öffentliche Stellungnahmen zu kulturpolitischen und kultur-, medien- und kunsttheoretischen Themen vorangetrieben. Der Dachverband Salzburger Kulturstätten ist selbst wiederum Teil eines österreichweiten Netzwerkes, der IG Kultur Österreich.“



Zusammenarbeit ergibt sich größtenteils innerhalb der Branche. Außerhalb der Branche arbeiten wir mit SponsorInnen, FördergeberInnen und LieferantInnen zusammen.

Konkurrenzdenken spielt in unserer Branche eine sehr untergeordnete Rolle. Es prägt uns nur dort, wo von der Gegenseite keine spürbare Kooperation gezeigt wird bzw. ehrlich gelebt wird. Konkurrenzdenken kommt eher einem Regelbruch gleich. Solidarität und ein gemeinsames gesellschaftliches Ziel sind die prägenden Elemente in der Zusammenarbeit.

ARGE Werte:

„Die Netzwerkarbeit hat den Zweck, die Qualität und die Wirksamkeit unseres Kunst- und Kulturauftrags zu verbessern. Die ARGEkultur spielt daher eine initiativ- oder partizipative Rolle in Netzwerken, diese sind zweckorientierte und temporäre Zusammenschlüsse. Sie münden in Veranstaltungen und/oder Produktionen oder dienen der Weiterentwicklung von Inhalten der ARGEkultur.“

Wir fördern partizipative Strukturen in unseren Angeboten zur Kulturvermittlung.

Daher bieten wir Zugänge und Schnittstellen für die Bedürfnisse der aktiven und passiven NutzerInnen. Die ARGEkultur hat eine besondere Verantwortung als Koveranstaltungspartnerin und Koproduzentin für Projekte in einer regionalen Vernetzung.“

D 2.1 Offenlegung von Informationen und Weitergabe von Technologie

RELEVANZ
MITTEL

Transparenz ist auch in diesem Bereich für uns eine Selbstverständlichkeit.

Wir erstellen einen jährlichen Tätigkeitsbericht aus allen Abteilungen im Zuge der Förderabrechnung, den wir auch auf unserer Website veröffentlichen.

Insbesondere auf unserer Website legen wir auch die technischen Daten der ARGEkultur offen.

Mit der Weitergabe von Bezugsquellen in unserem Falle von KünstlerInnen-Kontakten sind wir vorsichtig. Sie werden nur an PartnerInnen weitergegeben, weil der KundInnenkontakt (KünstlerIn) ein spezielles und vertrauensvolles Verhältnis ist, das auch auf einem Maß an Verschwiegenheit basiert (einzelne Gagen, Kontaktadressen usw.).

Auch in den kulturpolitischen Netzwerken und Interessenvertretungen agieren wir transparent. Die Tätigkeitsberichte liegen offen und die unterschiedlichen Daten werden auch dort gesammelt, damit die Interessenvertretungen ihrer kulturpolitischen Lobbyingarbeit nachgehen können.

Wir stellen unser Wissen aber auch aktiv zur Verfügung. So haben wir spezielle Dokumente und Leitfäden entwickelt, die es insbesondere ErstveranstalterInnen erleichtern soll, ihre erste Veranstaltung erfolgreich abzuwickeln.

Und wir stellen unser Know-How und unsere Ressourcen auch bei allen Projekten im Haus zur Verfügung. Gerade die Einmaligkeit jeder Produktion erfordert immer wieder spezielles Know-How, bei dem sich insbesondere das technische Personal (aller Kulturhäuser Salzburgs) intensiv austauscht.

Unsere Erfahrungen sind weitestgehend positiv. Wir stehen mit PartnerInnen vertrauensvoll in Verbindung und gehen offen mit Informationen um. Wir achten aber auch kritisch darauf, dass es kein einseitiges Ausnutzen/Nehmen ist/wird. Regionalität ist hier in Einzelfällen manchmal ein Problem, denn je weiter weg umso leichter/besser ist die Zusammenarbeit (keine gleichen Fördertöpfe oder Schnittmengen beim Publikum).

D 2.2 Weitergabe von Arbeitskräften, Aufträgen und Finanzmitteln; kooperative Marktteilnahme

RELEVANZ
HOCH

Solidarisches Handeln praktizieren wir laufend über alle Aktivitäten des Dachverbands bzw. der IG-Kultur, in dessen Vorstand wir aktiv mitwirken. Aktuell sind wir durch die künstlerische Leitung auch im Landeskulturrat vertreten, der sich mit der Konzeption eines Kulturentwicklungsplanes für das Land Salzburg beschäftigt.

Dinge gemeinsam zu entwickeln ist ein wesentliches Konzept unserer Kulturarbeit. Ressourcen (finanziell und Räume) und Arbeitskräfte zu bündeln, um ein Produkt zu entwickeln, ist daher in unserem Programm wesentlich.

Auszug Programm 2015

„Wir arbeiten als Initiatorin und als Labor, Entwicklungsprozesse werden sowohl produktionstechnisch wie dramaturgisch begleitet. Dabei kann die ARGEkultur als alleinige Produzentin auftreten, die gemeinsame Realisierung mit anderen KoproduktionspartnerInnen hat aber einen erhöhten Stellenwert. Die Kombination von regionalen und überregionalen Partnerschaften ist für das Produktionshaus ARGEkultur von enormer Wichtigkeit. Einerseits um die vorhandenen Kräfte, Ressourcen und Synergieeffekte zu bündeln, andererseits um das künstlerische Schaffen einer (noch) breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen.“

Der gesamte Produktionsbereich hat Priorität bei der Mittelvergabe innerhalb des Kulturbudgets.

Die ARGEkultur ist eine wesentliche Trägerin für vernetzte Kulturarbeit in der Region. Sie agiert als Anlaufstelle für Ideen und Konzepte und ermöglicht eine hervorragende Umsetzung durch den Einsatz der Ressourcen des Hauses, sowie durch Know-how und Professionalität der MitarbeiterInnen. Die NetzwerkpartnerInnen kommen hierbei aus unterschiedlichen Organisationen und Institutionen im kulturellen, sozialen und politischen Umfeld oder sind engagierte Einzelpersonen, KünstlerInnen oder Kollektive.“

D2.3 Kooperatives Marketing

RELEVANZ
MITTEL

Kooperatives Marketing ist gelebter Alltag und es gibt keine Befürchtungen, weil KundInnen sich ohnehin selbstbestimmt für ein Angebot entscheiden. Kooperatives Marketing begleitet uns daher laufend und wird von uns entweder initiiert oder wir nehmen daran Teil.

Ein wesentliches Tool ist der Kultplan, ein vom Dachverband herausgebrachter Monatsplan der die Aktivitäten seiner Mitglieder darstellt. Aber auch die Selbstverständlichkeit, dass wir auf unseren Drucksorten (insbesondere auf dem Programmfolder) Inserate anderer Kulturstätten einbauen, ist in unserer Branche eine Marktregel, die von allen praktiziert wird. Auch das Präsentieren der anderen KulturanbieterInnen im eigenen Haus ist eine Selbstverständlichkeit – z. B. in Form von Flyern und Plakaten. Selbst die FördergeberInnen legen großen Wert auf eine zusammenhängende und umfassende Darstellung der von ihnen geförderten Kulturstätten.

Auszug aus dem Programm 2015

„Die Kombination von regionalen und überregionalen Partnerschaften ist für das Produktionshaus ARGEkultur von enormer Wichtigkeit. Einerseits um die vorhandenen Kräfte, Ressourcen und Synergieeffekte zu bündeln, andererseits um das künstlerische Schaffen einer (noch) breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen.“

Selbiges gilt für alle digitalen und Printmedien, die täglich, wöchentlich oder monatlich über das Kulturprogramm von Stadt und Land Salzburg berichten. Ein Diskreditieren von MitbewerberInnen findet gar nicht statt. Dies entspricht nicht unserer Unternehmensphilosophie und auch nicht den Branchenregeln. Hier geht die Solidarität klar vor und das ist auch unsere Stärke, denn so konnten wir in politischen und öffentlichen Debatten immer wieder den Stellenwert der Kultur untermauern.



D 3 Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen

D 3.1 Produkte/Dienstleistungen sind im ökologischen Vergleich zu P/DL von MitbewerberInnen bzw. Alternativen von gleichem Nutzen

RELEVANZ
HOCH

Der ökologische Aspekt steht bei der Auswahl der Veranstaltung/Produktion nicht im Hauptfokus. Jedoch in der Abwicklung der Veranstaltung ist unser Personal stets bemüht, den ökologischen Aspekt der Durchführung zu verbessern.

Auch haben wir eine Lagertechnik die uns eine langfristige Nutzung der Requisiten und Bühnenelemente ermöglicht. Regelmäßige Wartungen erhöhen die Nutzungsdauer.

Der Lebenszyklus der Veranstaltung/Produktion kann im Haus nicht verlängert werden. Durch Tourneen ist allerdings der Lebenszyklus des Produkts unterschiedlich lang.

Die wesentliche KundInnensphäre beim ökologischen Aspekt sind die BesucherInnen. Wir bemühen uns um Kommunikation der Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln und dem Fahrrad. Das funktioniert ähnlich gut wie bei der Anreise der KünstlerInnen. Aktiv bieten wir rund um die ARGEkultur (auch überdachte) Radständer an und wir haben uns aktiv für

die Anbindung an das Bussystem bemüht (Haltestelle der Linie 20 direkt vor dem Gebäude). Entwicklungsbedarf haben wir noch bei der gastronomischen Konsumation.

Es gibt keinerlei Vergleichsdaten in der Branche – die ökologischen Aspekte der Kunst- und Kulturhäuser rücken erst langsam in den Fokus der handelnden Personen. Dazu kann dieser Bericht ja auch ein erster Schritt in die richtige Richtung sein.

Unser Produkt hat keine direkten, jedoch indirekte Auswirkungen. Die Bewusstwerdung der zusammenhängenden, aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen trägt zur Achtsamkeit der BesucherInnen bei (z. B. die Themenauswahl im Programm).

D 3.2 Suffizienz (Genügsamkeit): Aktive Gestaltung für eine ökologische Nutzung und suffizienten Konsum

RELEVANZ
MITTEL

Das Bemühen um einen möglichst geringen Rohstoff- und Energieverbrauch ergibt sich im Umfeld der Veranstaltung (von der Veranstaltungstechnik bis zu den BesucherInnen) und ist bereits ausgeführt. Die künstlerische Darbietung am Abend hat für mich keinen ökologischen Aspekt.

Am Veranstaltungsabend tangieren wir immer wieder ökologische Themen.

Beispiel „Leben zwischen Häusern“, 19.5.2015

„Die Bevölkerung in Städten heutiger Industriegesellschaften wächst ständig. Reicht ein Platz zum Wohnen oder sehnt sich der Mensch nach einer Stadt als Raum zum Leben? Der Däne Jan Gehl, früher belächelt, heute einer der einflussreichsten Städteplaner weltweit, hat bewiesen, dass ‚Städte für Menschen‘ möglich sind. Gehl Architects gelang es, 2014 Kopenhagen zur lebenswertesten Stadt der Welt zu entwickeln. Allison Dutoit von Gehl Architects wird in ihrem Vortrag über Erkenntnisse und Erfahrungen berichten, was moderne Städte lebenswerter macht.“

D 3.3 Kommunikation: Aktive Kommunikation ökologischer Aspekte den KundInnen gegenüber

RELEVANZ
MITTEL

Ein wesentlicher Aspekt ist die An-/Abreise zu/von den Veranstaltungen, weshalb wir insbesondere auf Fahrrad und öffentliche Verkehrsmittel hinweisen.

Die technische Abwicklung der Veranstaltungen wird so ressourcenschonend wie möglich durchgeführt.

D 4 Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen

D 4.1 Erleichterter Zugang zu Informationen/Produkten/ Dienstleistungen für benachteiligte KundInnen-Gruppen Aspekte den KundInnen gegenüber

RELEVANZ
HOCH

Grundsätzlich können alle KundInnen unsere Produkte und unsere Dienstleistungen in Anspruch nehmen bzw. konsumieren.

Des Weiteren unterstützen und beteiligen wir uns am Programm „Hunger auf Kunst und Kultur“.

Insbesondere 2015 haben wir mit dem Umbau des Zugangs zu unserem kleinen Veranstaltungsraum den letzten Schritt zu 100% barrierefrei gesetzt.

Auszug aus dem Programm 2015

„Als Prämisse für unsere Arbeit gilt eine Programmierung, die alle Kulturinteressierten unabhängig von ihrem sozialen Status Zugang zu Kultur abseits des Mainstreams ermöglicht. Daher bieten wir StudentInnen, SchülerInnen und Mitgliedern der ARGEkultur Tickets mit einer 50%-igen Ermäßigung an.

Qualitativ erweitert wird 2015 das Workshopprogramm, speziell für Kinder und Jugendliche sowie für sozial Benachteiligte. Dieses Angebot kann überwiegend kostenlos genutzt werden. Damit unterstützt die ARGEkultur den niederschweligen Zugang zur selbständigen Kunst- und Kulturproduktion und fördert kreative, autonome, künstlerische Entwicklungs- und Ausdrucksformen.“

Website ARGEkultur

„Auch Menschen mit finanziellen Engpässen haben ein Recht auf Kunst und Kultur. Die Aktion „Hunger auf Kunst und Kultur“ versteht sich daher als Projekt, das die Bedeutsamkeit und Zugänglichkeit von Kunst und Kultur für alle Menschen in den Mittelpunkt stellt.

Zu Gute kommen soll diese Aktion allen, die gerne am kulturellen Leben teilnehmen möchten, es sich aber nicht leisten können: Menschen, die Mindestsicherung oder Mindestpension beziehen, Arbeitslose, AsylwerberInnen, working poor etc.“

ARGEkultur Werte

„Die ARGEkultur agiert partizipativ und emanzipatorisch. Sie unterstützt die Gerechtigkeit zwischen den Geschlechtern und unter sozialen Gruppen durch Programm und Organisation. Sie ermöglicht barrierefreien Zugang zu Programm, Infrastruktur und Kommunikation.“

Thematisch spielen benachteiligte KundInnengruppen immer wieder eine wesentliche Rolle.

Auch das Theater Ecce arbeitet, probt und veranstaltet in der ARGEkultur. Dieses Ensemble bemüht sich bewusst um die Integration von Menschen mit Behinderung.

Auch die Projekte „refugees welcome“, den Verein Kama oder das Clearing House haben wir 2015 mehrfach mit unseren Produkten und Dienstleistungen unterstützt. Sie alle leisten einen Beitrag zur Integration von Flüchtlingen und Asylsuchenden in Salzburg.

Auszug Programm

„Das Open Mind Festival 2015 ‚Ich ist eine Andere‘ beschäftigt sich mit der Konstruktion von Identität und Rollenbildern, dem Körper als Kunst- und Projektionsfläche. Ein Fokus wird auf die Analyse der – vor allem weiblichen – individuellen Identitätsbildung sowie der damit behafteten Fantasien, Stereotype, Machtüberschreitungen und Rebellion gegen diese konfliktgeladenen Bereiche gelegt werden.“



D 4.2 Förderungswürdige Strukturen werden durch Vertriebspolitik unterstützt

RELEVANZ
MITTEL

Alle KundInnen erhalten gleichwertige Konditionen. Dies wird schon über die Transparenz der Preisgestaltung und der Konditionen gewährleistet.

Großunternehmer zählen zwar nicht zu unseren KundInnen, da wir hauptsächlich EinzelkundInnen haben, das Prinzip wäre aber das Gleiche.

Im Gegenteil erhalten förderungswürdige Strukturen (soziales Engagement der Veranstaltung steht im Mittelpunkt) einen günstigeren Preis für die Räume, als z. B. die AnbieterInnen von Studierendenfesten.

Vom Servicegedanken sind alle KundInnen gleich.

D 5 Erhöhung des sozialen und ökologischen Branchenstandards

D5.1 Kooperation mit MitbewerberInnen und PartnerInnen der Wertschöpfungskette

RELEVANZ
HOCH

Über unser Engagement im Dachverband und der IG-Kultur leisten wir einen Beitrag zur Erhöhung der sozialen Branchenstandards. Wesentliches Beispiel ist die Kampagne Fair Pay, die sich gegen die prekären Dienstverhältnisse im Kulturbereich einsetzt.

Auch beim Thema Barrierefreiheit sind wir führend, weil wir eines der wenigen Kulturhäuser sind, das zu 100% barrierefrei ist. Dieser Aspekt wird sowohl im Dachverband und der IG-Kultur, wie auch bei den FördergeberInnen, als Best-Practice-Beispiel kommuniziert und trägt so zur Erhöhung der Standards bei.

Wir tragen also aktiv zur Verbesserung der sozialen Standards bei. In unserer Branche ist das Thema Ökologie noch nicht im Fokus der Handlungen.



D5.2 Aktiver Beitrag zur Erhöhung legislativer Standards

RELEVANZ
MITTEL

Innerhalb unserer Branche setzen wir uns aktiv für die Erhöhung legislativer Standards ein:

Im Dachverband (wo wir als Vorstandsmitglied agieren) sind das die Initiativen Fair Pay und auch die Ausweitung der mehrjährigen Förderverträge für alle Mitglieder.

Im Landeskulturbeirat (wo wir über unsere Künstlerische Leitung agieren) setzen wir uns für die Umsetzung des Kulturentwicklungsplans des Landes Salzburg ein, der eine transparentere und fairere Verteilung der Landeskulturmittel zur Folge haben soll, aber auch die grundsätzliche Wichtigkeit von Kunst und Kultur (und ihrer Förderungsnotwendigkeit) unterstreichen und hervorheben soll.

Die Geschäftsführungen der GmbH, aber auch der Vorstand des Vereins, betrachten es als wesentliche Agenda ihrer Jobs, kulturpolitisches Lobbying zu betreiben und zwar nicht (nur) zum Selbstzweck, sondern zur Stärkung der gesellschaftlichen Wahrnehmung von Kunst und Kultur im Allgemeinen und zur Verbesserung der Strukturen im Kulturbereich.

Auszug Werte

„Die ARGEkultur setzt sich gemeinsam mit Anderen für kulturpolitische Solidarität ein. Sie positioniert sich durch Ihre VertreterInnen in Netzwerken, um an der Verbesserung der Produktions- und Arbeitsbedingungen im Kulturbereich mitzuwirken.“

D5.3 Reichweite, inhaltliche Breite und Tiefe

RELEVANZ
HOCH

Die Reichweite erstreckt sich von den BesucherInnen der ARGEkultur bis hin zu den regionalen Medien und FördergeberInnen (insbesondere Stadt und Land Salzburg).

Nur sehr punktuell erreichen wir auch die Bundesebene – aktuell beim zuständigen Minister im Bundeskanzleramt.

E 1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte/Dienstleistungen

E 1.1 Produkte/Dienstleistungen decken den Grundbedarf oder diesen der Entwicklung der Menschen / der Gemeinschaft / der Erde und generieren positiven Nutzen

RELEVANZ
HOCH

Um der Komplexität dieses Indikators gerecht zu werden, gilt es, die Produkte und Dienstleistungen aus unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten:

Grundbedürfnisse

Lt. Max-Neef sind folgende neun Grundbedürfnisse der Menschen weltweit feststellbar und werden in der ARGEkultur befriedigt durch:

Grundbedürfnisse		
Lebensgrundlage	Nein	Arbeiten gilt für die MitarbeiterInnen (in C erläutert)
Schutz, Sicherheit	Nein	Arbeitsplatzsicherheit gilt für die MitarbeiterInnen (in C erläutert)
Beziehung	Ja	gemeinsames Erleben (siehe BesucherInnenbefragung)
Bildung	Ja	insbesondere im Bereich Kulturvermittlung/Produktion
Mitwirkung	Ja	Engagement im DVB, IG-Kultur, usw.
Freizeit, Entspannung	Ja	insbesondere die Veranstaltungen, der Ort mit dem Beisl
Kunst, Gestaltung	Ja	
Identität	Ja	Kulturvermittlung und Engagement (z.B. Refugees Welcome, Flüchtlingsfest)
Freiheit, Menschenwürde	Ja	Werte und Selbstverständnis, aber auch Themen des Produktionshauses

Bewertungshilfe

Zur Bewertung der wichtigsten Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens kann folgende Struktur helfen:

Top 5 angebotene Produkte/Dienstleistungen (in Prozent des Umsatzes)	Deckt das P/D einen Grundbedarf (suffizient) und ist es lebensnotwendig? (Dient es dem einfachen Leben, einem guten Leben, oder ist es Luxus?)	Positive Wirkung auf Mensch/Gemeinschaft/Erde	Negative mögliche/tatsächliche Folgewirkung des P/D
Veranstaltungen	Gutes Leben	Kunst, Mitwirkung, Freizeit, Beziehung	Keine
Produktionen	Gutes Leben	Kunst, Mitwirkung, Bildung, Identifikation, Freiheit	Keine
Netzwerke	Gutes Leben	Kunst, Mitwirkung, Bildung, Identifikation	Keine
Kulturvermittlung (Workshops)	Gutes Leben	Kunst, Bildung, Mitwirkung	Keine

Auszug Programm

„Die ARGEkultur agiert in drei zentralen Kernbereichen und zwar als ProduzentIn, VeranstalterIn und NetzwerkpartnerIn. Durch die interdisziplinäre Verbindung dieser Kompetenzen nimmt die ARGEkultur eine singuläre Position für zeitgenössisches Kunst- und Kulturschaffen im Raum Salzburg und darüber hinaus ein. Die ARGEkultur zeichnet eine inhaltliche Herangehensweise und konzeptionelle Kontinuität aus. Wir entwickeln langfristige programmatische Konzepte mit aufeinander aufbauenden Themen und Inhalten, die diskursorientiert künstlerisch bearbeitet werden. Dies zeigt sich besonders im jährlichen ‚Open Mind Festival‘, bei dem originäre Projekte und Produktionen der ARGEkultur eine

zentrale Rolle spielen. Durch unterschiedliche künstlerische wie theoretische Herangehensweisen an ein Thema ist eine differenzierte Auseinandersetzung aus verschiedenen Blickwinkeln mit gesellschaftspolitisch relevanten Fragestellungen möglich.

Die ARGEkultur nimmt eine nachhaltige regionale Position als AuftraggeberIn für innovatives Kulturschaffen ein, als AnbieterIn für ein aufgeschlossenes und kritisches Kunstpublikum und als starke PartnerIn in Kooperation mit freischaffenden KünstlerInnen sowie zahlreichen (zivilgesellschaftlichen) Initiativen und NGO's aus den Bereichen Kultur, Politik und Bildung.“

Die ARGEkultur ist von ihrem Gründungsansatz ein soziokulturelles Zentrum, d.h. der Kunst- und Kulturbegriff steht im Mittelpunkt aber nicht alleine – die Idee des selbstständigen Handelns und Tuns und des emanzipatorischen Ansatzes in der Herangehensweise ist ebenso wichtig wie die Nähe zur Gesellschaft auch im Sinne von (Kultur)vermittlung der sozialen Themen. Unsere Ausdrucksformen sind Veranstaltungen und Kulturvermittlungsprojekte, aber auch unser gesellschafts- und kulturpolitisches Engagement.

Auszug Werte

„Die ARGEkultur fördert kulturelle und gesellschaftskritische Interessen sowie die Selbstorganisation von neuen derartigen Projekten.“

Die ARGEkultur bekennt sich zu einem kontinuierlichen Prozess der Selbstreflexion und damit zur kritischen Auseinandersetzung mit eigenen Traditionen und Strukturen.

Die ARGEkultur agiert partizipativ und emanzipatorisch. Sie ist initiativ, offen und fördert Ideen und Projekte, die ihrem Kunst- und Kulturauftrag entsprechen. Sie unterstützt die Gerechtigkeit zwischen den Geschlechtern und unter sozialen Gruppen durch Programm und Organisation. Sie ermöglicht barrierefreien Zugang zu Programm, Infrastruktur und Kommunikation.“

E1.2 Ökologischer und sozialer Vergleich der Produkte/ Dienstleistungen mit Alternativen mit ähnlichem Endnutzen

Die ARGEkultur leistet einen Beitrag zur Bildung und kann mit ihrem Programm soziale Missstände aufzeigen (deren Lösung nicht immer Teil des Produkts ist) und sie bietet Möglichkeiten zur Partizipation und Unterhaltung.

Nachdem unser Angebot auch von der regionalen Öffentlichkeit (z.B. Medien) wahrgenommen wird, beschränkt sich das Angebot nicht nur auf die BesucherInnen der Veranstaltungen.

Insbesondere unser Einsatz in den bereits unter D5 ausgeführten kulturpolitischen Kampagnen, hat eine viel größere Reichweite, als das Programm im Haus. Unsere Angebote richten sich an alle Bevölkerungsschichten und wir ermöglichen durch die soziale Staffelung der Angebote die Partizipation aller Einkommensklassen und Schichten.

Ebenfalls positiv ist der Beitrag für aktuelle soziale Herausforderungen einzuordnen, mit dem wir uns auch von MitbewerberInnen abheben – z.B. das Thema Integration von Flüchtlingen oder Arbeitslosen

RELEVANZ
MITTEL

RELEVANZ
HOCH

– Thematisch: „Bettelposen“ in der Fortsetzung bzw. Kasper Häuser Meer oder das Thema soziale Gerechtigkeit und Datenschutz – Thematisch: „Easterhack 2016“.

Gleichbehandlung und Barrierefreiheit sind gelebter Alltag in der Organisation wie im Programm. Regionalität ist uns im Programm wichtig – wir entscheiden uns bewusst gegen den Einkauf von Gastspielen aus dem gesamten deutschsprachigen Raum sondern fokussieren uns bewusst auf die Stärkung der regionalen Netzwerke und KünstlerInnen.

All diese Punkte untermauern unsere Stärke in der sozialen Dimension.

Die ökologische Dimension ist schwer vergleichbar.



E 2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Leistungen

RELEVANZ
HOCH

Kennzahl

Wie hoch ist der geldwerter Umfang aller Maßnahmen (in Prozent vom Jahresumsatz bzw. der bezahlten oder verrechenbaren Jahresarbeitszeit)?

Unser Unternehmenszweck als Ganzes leistet einen Beitrag zum Gemeinwesen.

Eine finanzielle Bewertung einzelner Maßnahmen außerhalb des Hauptzwecks gibt es aktuell nicht. Nachdem wir Förderungen der öffentlichen Hand erhalten, um unseren soziokulturellen Auftrag erfüllen zu können, ist unser Tun (Leistung – Wirkung – Intensität) auch auf weite Teile des Gemeinwohls ausgerichtet.

Gerade der niederschwellig Zugang, das Engagement für die Gleichheit der Geschlechter und unser Engagement als regionale Kultur- und Arbeitsstätte erfüllen diesen Teilaspekt des Gemeinwohls zu 100%.

Auch im Bereich der Sichtbarmachung nicht kommerzieller Strukturen leisten wir einen maßgeblichen Beitrag in Programm und Netzwerk. Thematisch im Programm: die Kritischen Literaturtage ermöglichen im Dezember 2015 einer Vielzahl von kleinen, nicht kommerziellen Verlagen, ihre Produkte in Salzburg zu präsentieren. Weiters sind die vorbereitende Planung des Easterhack 2016, bzw. auch die Radiofabrik mit ihrem niederschweligen und nicht kommerziellen Angebot, Beispiele für die am Gemeinwohl orientierte regionale Breitenwirkung der ARGEkultur.

Zitat GWÖ

„Da das Kerngeschäft von gemeinnützigen Unternehmen dem Gemeinwohl dient, kann das nur als absolut vorbildlich mit 100% gesehen werden.“

E2.2 Wirkungen

RELEVANZ
HOCH

Unsere derzeit aktuelle BesucherInnenbefragung liefert folgende Motivationen für den Besuch der ARGEkultur:

„Das stärkste Motiv für einen Veranstaltungsbesuch in der ARGEkultur ist mit 95% das ‚Interesse an Veranstaltungsart/-thema/KünstlerIn‘. Danach folgt mit 48,1% ein ‚allgemeines Interesse an Kunst und Kultur‘. 33,9% besuchen die ARGEkultur, um ‚Freunde/Bekannte zu treffen‘ und 32,7% nannten ‚Freizeitgestaltung‘ als Grund für ihren Besuch. Dazu kommen die Faktoren ‚angenehmes Ambiente / coole Szene‘, ‚Empfehlung‘ und ‚Neues kennen lernen‘.“

Dies untermauert, dass die BesucherInnen das Engagement in der Auswahl des Programms sehr schätzen. Wir haben bis zu 50% Stammpublikum (d.h. sie kommen mehrmals in der Saison) aber auch bis zu 25% neues Publikum, was für uns ebenso wichtig ist.

Auch im Bereich der KünstlerInnen ist die Wirkung der ARGEkultur als Knotenpunkt im Netzwerk der regionalen, freien Kulturarbeit in vielerlei Hinsicht

hoch. Ohne die Zusammenarbeit mit der ARGEkultur wären viele der freien Initiativen nicht in der Lage, ihre Arbeiten zu verwirklichen und zu zeigen. Gerade in den Bereichen Theater und zeitgenössischer Tanz sind die vorhandenen Eigenmittel zu gering. Die ARGEkultur ist daher nicht nur Veranstaltungsort, und damit publikumswirksam in der öffentlichen Wahrnehmung, wir unterstützen schwach ausgestattete Projektbudgets oftmals mit hohen Eigenleistungen im Bereich Personal und Technik, bei gleichzeitigem Verzicht auf Mieteinnahmen. Neben der Wirkung für die Allgemeinheit, haben ja öffentliche geförderte Unternehmen eine spezielle Vorbildwirkung. Dies wird bei uns insbesondere im Bereich Personal und Programm sichtbar. Die Themen der Millenniumziele z. B. die Gleichberechtigung wird aktiv gelebt (vom Auswahlverfahren bis zur gegenderten Schreibweise). In der Produktentwicklung spielen die Themen des Gemeinwohls mit hinein. Unser künstlerischer Leiter trifft jährlich eine Auswahl an Veranstaltungen und Produktionen nach thematischen Grundsätzen. Das ist

auch ein Grund warum wir nicht einfach nur Komödien spielen um Umsatz zu generieren. Uns ist der gesellschaftspolitische Kontext ein besonderes Anliegen.

Und das transportieren wir auch in der Unternehmenskommunikation so weiter. Denn die ARGEkultur ist bekannt als der Ort der Auseinandersetzung und Unterhaltung.

Zum Thema Ausgewogenheit der Wirkung für das Umfeld bzw. das Unternehmen gibt es keine wissenschaftlichen (im Sinne von messbaren) Untersuchungen. Meiner Einschätzung nach hält sich das in öffentlichen Unternehmen, wie unserem, die Waage, denn wir zeigen ja sehr transparent unsere Arbeitsweise und unseren Anspruch.

E2.3 Intensität

RELEVANZ
NIEDRIG

Zitat Gesellschaftervertrag

„Die Gesellschaft ist zur Durchführung von allen Geschäften und Maßnahmen, die zur Erreichung des gemeinnützigen Gesellschaftszweckes notwendig oder nützlich erscheinen, berechtigt. Dazu gehören insbesondere

- die Umsetzung des Kunst- und Kulturauftrages, der sich an der Werthaltung des Vereins ARGEkultur orientiert, mittels Durchführung von Veranstaltungen und Produktionen im Sinne von künstlerischen und kulturellen Produkten in unterschiedlicher formaler Ausprägung, öffentlich gemachten Veranstaltungen, Präsentationen, Publikationen etc. wie auch der Prozesse, die künstlerisches und kulturelles Schaffen ermöglichen
- Erarbeitung und Durchführung von Konzepten, die den ganzjährigen Betrieb von Veranstaltungen, Produktionen und Netzwerkaktivitäten gewährleisten
- die Auswahl und die Beschäftigung von qualifizierten MitarbeiterInnen, sowie deren Fort- und Weiterbildung“

Die Werte der ARGEkultur sind in diesem Text laufend zitiert z. B. in E 1.1. Sie zeigen, wie wir arbeiten und machen unser Selbstverständnis im gesellschaftlichen Engagement deutlich. Als Unternehmen, das in der Öffentlichkeit steht, ist es uns auch wichtig, dieses Engagement transparent zu machen und die Menschen (mindestens die KundInnen) zum Nachdenken und Mitwirken zu bewegen.

Die Verankerung der Werte und der Vision hat im ganzen Unternehmen einen hohen Stellenwert. Jährliche Überprüfungen der Strategie in Klausuren sind Standard. Auch in der Programmauswahl sind die Werte und die Vision prägend z. B. bei der Themen- oder PartnerInnenauswahl. Die Kommunikation nach innen (MitarbeiterInnen) und mit den BesucherInnen ist uns sehr wichtig. So ist die Begründung „warum wir etwas tun“ immer auch Teil unserer internen und externen Kommunikation (intern in den Sitzungen und extern z. B. Editorial des Künstlerischen Leiters im Programmfolder).



E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen

RELEVANZ
MITTEL

Grundsätzlich: es gibt keinerlei Daten, die wir in diesem Themenfeld evaluieren; es gibt auch keine Branchenstandards oder auch nur Vergleichsmöglichkeiten.

Für diesen Bericht haben wir die Kennzahlen der Betriebskosten 2015 erfasst. Es existieren in der ARGEkultur aber auch keine Produktionsprozesse, die negative ökologische Auswirkungen hätten – im Vergleich z. B. zur Industrie.

Kennzahlen

Auflistung aller Emissionen, bzw. möglichen negativen ökologischen Auswirkungen:

Aspekt	Gesamt	Pro MA 14	Vergleich Branche
Strom/Energieverbrauch in KWh	299.665 KWh	21.405	
CO ² -Ausstoß aufgrund von Heizung/Wärme/Sonstiges	277.293 KWh	19.807	
CO ² -Ausstoß aufgrund von Transport			
Wasserverbrauch in L/Tag od. Monat	1.943 m ³	139	
Müll unterteilt in Schadstoffklassen in Tonnen, 65 Entleerungen á 1.000 Liter (Volumeneinheit) – kg? 3 Tonnen á 770 Liter – 104 Entleerungen pro Jahr (für alle drei Tonnen)			
Weitere Emissionen in entsprechender Maßeinheit			

E3.2 Relative Auswirkungen

RELEVANZ
HOCH

Der ökologische Fußabdruck beginnt im unternehmerischen Denken Einzug zu halten. Wir nehmen den ökologischen Aspekt bei den Einkaufsentscheidungen bzw. Abwicklungsprozessen immer mit. Für unsere Branche gibt es keinerlei Vergleichswerte. Nachdem die Branche (insbesondere im freien Bereich) laufend mit Kürzungen im Förderbereich und prekären Arbeitsverhältnissen zu kämpfen hat, entsteht der Eindruck, dass der ökologische Aspekt nach dem (existenziellen) MitarbeiterInnen Aspekt kommt. Nachdem wir durch die historische Entwicklung im Bereich der MitarbeiterInnen sehr weit sind, spielt bei uns der ökologische Aspekt schon eine größere Rolle und damit schätze ich uns als besser ein, als viele andere.

Eine Verbesserungsmöglichkeit sehe ich insbesondere in der Standardisierung.

E3.3 Management und Strategie

RELEVANZ
HOCH

Es gibt in diesem Themenfeld noch keine standardisierten Prozesse oder Evaluierungen. Es wird aber bei den Strategiegesprächen und insbesondere bei den Gesprächen zu Investitionen und Mittelvergaben der ökologische Aspekt besprochen und mitdiskutiert – z. B. bei Investitionen in die

Gebäude- oder Veranstaltungstechnik und beim Verbrauchsmaterial. Auch die Frage der Mobilität unserer BesucherInnen und NutzerInnen wird auf der Managementebene angegangen. Insbesondere das Thema der Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz.

E 4 Gemeinwohlorientierte Gewinnverteilung

E 4.1 AuBenausschüttung

RELEVANZ
HOCH

Kennzahl

Wie hoch ist eine Gewinnausschüttung an externe EigentümerInnen im 5-Jahresschnitt in Prozent (im Vergleich zur Inflation)?

Aufgrund des Unternehmenszieles, das im Gesellschaftervertrag verankert ist, wird kein Gewinn erwirtschaftet. Temporäre Überschüsse aus einzelnen Projekten werden innerhalb des Wirtschaftsjahres in den laufenden Betrieb investiert. Die höchste Priorität in der Mittelverwendung haben hierbei das Personal sowie die Erfüllung des Kunst- und Kulturauftrags. Es kommt folglich zu keinen externen Gewinnausschüttungen.

Zitat Gesellschaftervertrag

§ 3, Gemeinnützigkeit

Die Gesellschaft verfolgt keine anderen als gemeinnützige Zwecke.

Die Gesellschaft strebt nicht nach Gewinn, sondern nach einem kostendeckenden Betrieb unter Berücksichtigung der ihr zufließenden Mittel aus Leistungsentgelten, Spenden, Subventionen und zweckgebundenen Zuwendungen. Die Gesellschafterin darf keine Gewinnanteile oder sonstige Zuwendungen aus Mitteln der Gesellschaft erhalten. Ein sich allenfalls ergebender Zufallsgewinn darf nicht ausgeschüttet werden. Gleiches gilt für sonstige Zuwendungen aus Mitteln der Gesellschaft. Verbleibende Zufallsgewinne dürfen nur zur Erfüllung und Verfolgung des gemeinnützigen Gesellschaftszweckes verwendet werden. Verbleibende Zufallsgewinne sind einer Rücklage zuzuführen, die nur der Erfüllung der gemeinnützigen Tätigkeit der Gesellschaft dienen darf.

E 4.2 Gemeinwohlorientierte Gewinnverwendung

Kennzahlen

Wieviel Prozent des Gewinnes wird an Arbeitnehmer ausgeschüttet, wieviel Prozent zur Stärkung des Eigenkapitals verwendet und wieviel Prozent für sozial-ökologische Investitionen verwendet?

Aufgrund des Unternehmensziels, das im Gesellschaftervertrag verankert ist, wird kein Gewinn erwirtschaftet. Temporäre Überschüsse aus einzelnen Projekten werden innerhalb des Wirtschaftsjahres in den laufenden Betrieb investiert. Die höchste Priorität in der Mittelverwendung hat das Personal sowie die Erfüllung des Kunst- und Kulturauftrags.

Nachdem die ARGEkultur keine externe Gewinnausschüttung vornimmt, kann dabei auch keine Gemeinwohlorientierung erreicht werden.

Die Gewichtung der Relevanz wird daher auf „trifft nicht zu“ gesetzt.

E5 Gesellschaftliche Transparenz und Mitbestimmung

E5.1 Transparenz

Nachdem die ARGEkultur aktuell (Juni 2016) ihren ersten Gemeinwohlbericht für das Wirtschaftsjahr 2015 erstellt, ist dieser 2015 noch nicht veröffentlicht.

Die jährlich von uns verfassten Tätigkeitsberichte für die FördergeberInnen zählen nicht als Nachhaltigkeitsbericht.

E5.2 Mitbestimmung

Zu unseren relevanten Berührungsgruppen zählen:

- » die FördergeberInnen (Stadt und Land Salzburg sowie das Bundeskanzleramt)
- » die SponsorInnen
- » die KünstlerInnen und NetzwerkpartnerInnen – betrachtet unter Punkt D
- » die BesucherInnen – betrachtet unter Punkt D
- » die NachbarInnen
- » die „Öffentlichkeit“

2015 gab es laufend Kontakt zu all diesen Berührungsgruppen, aber nur im Einzelfall waren sie in die Entscheidungen des Unternehmens eingebunden. Wir pflegen zu allen Berührungsgruppen gute Kontakte und es ist uns auch wichtig, dass der Informationsfluss beidseitig gut funktioniert.

Aufstufung der Mitbestimmungsformen im Berichtszeitraum		
Art der Entscheidung	Eingebundene Berührungsgruppen	Wer hat wie entschieden?
Umbau Studio	FördergeberInnen	Die ARGEkultur hat eine technische Planung vorgelegt und die Stadt Salzburg hat dem zugestimmt und sich an der Finanzierung beteiligt.
Zusätzliche Radständer und eine Fahrradstation	NachbarInnen	Konsensual
Lärmemission bei einzelnen Veranstaltungen	Stadt Salzburg als Veranstaltungsbehörde, NachbarInnen	Konsensual, lösungsorientiert; Einzelne NachbarInnen beschwerten sich über den Lärm bei der Behörde, die Behörde kontaktierte uns und wir fanden eine gemeinsame Lösung.

Zitat Werte

„Die ARGEkultur ist autonom im Sinne der Selbstbestimmung der Inhalte, Organe, Personalentscheidungen und Nutzung der Ressourcen. Sie ist institutionell von politischen, staatlichen und anderen gesellschaftlichen Einrichtungen unabhängig.“

Aus diesem Grund sind umfassende Mitbestimmungsprozesse aller Berührungsgruppen keine Zielsetzung für die ARGEkultur.

Im Gegenteil: Es gilt bei den wichtigsten Berührungsgruppen (FördergeberInnen) die Autonomie der Einrichtung und des Programms zu verteidigen.

AUSBLICK

Kurzfristige Ziele

- » Die Erstellung dieses Gemeinwohlberichts ist ein erster Impuls zum Thema Gemeinwohlökonomie. In den nächsten 1–2 Jahren wird es das Ziel sein, dieses Thema mit Hilfe des Berichts intern und bei einzelnen Berührungsgruppen (insbesondere FördergeberInnen) zu präsentieren und zu verankern.
- » Insbesondere der Wert der ökologischen Nachhaltigkeit soll einen besonderen Fokus bekommen und es sollen erste Arbeitsgruppen für Ideenfindungen gegründet werden.

Langfristige Ziele

- » Der Gemeinwohlbericht soll Teil des Strategieprozesses werden. Erst hier wird sich im Detail die Einbindung und Priorisierung des Berichts und des Themas in und für die ARGEkultur entscheiden.
- » Verbesserungen sehe ich insbesondere im Wert der ökologischen Nachhaltigkeit.
- » Durch den Bericht erheben wir erstmalig Daten und können so Vergleiche schaffen und Ziele setzen.
- » Aufnahme des Themas in die interne und externe Kommunikation und somit Achtsamkeit schaffen.

BESCHREIBUNG DES PROZESSES DER ERSTELLUNG DER GEMEINWOHL-BILANZ

Der Bericht wurde von Daniela Gmachl, der kaufmännischen Geschäftsführerin der ARGEkultur gemeinnützige GmbH, erstellt.

Als Stakeholder der GmbH ist der gemeinnützige Verein ARGEkultur zu sehen.

Mit dem Vorstand wurde die Erstellung des Berichts vorab diskutiert.

Der Kassier des Vorstands, Reinhard Bacher, hat beratend und unterstützend an dem Bericht mitgewirkt – als Reflektiv für das Geschriebene.

Die MitarbeiterInnen der ARGEkultur sind bereits informiert, denn der Prozess soll die nächsten beiden Jahre weiter getragen werden. Aufgrund des kurzfristigen Einstiegs in das Projekt war eine Einbeziehung zur Erstellung dieses Berichts aus Ressourcengründen nicht möglich.

Am 17. März 2016 habe ich einen Informationsabend zur Gemeinwohlökonomie besucht, an dem Isabella Klien vorgetragen und informiert hat. Im Laufe des Abends habe ich für die ARGEkultur den Schnelltest durchgeführt und wir haben laut meiner Einschätzung 84 Punkte erreicht.

Die Motivation ist ohnehin zu Beginn angeführt, also habe ich mich gleich am 18. März mit meinem Vorstand abgestimmt und am 24. März war bereits der erste Gemeinwohlworkshop.

Die Erstellung erfolgte somit von März bis Juni 2016. Es wurden ca. 80 Arbeitsstunden eingesetzt.

Will heißen (Zitat aus dem Schnelltest), 63-94 Punkte

Ihr Unternehmen ist schon sehr nachhaltigkeitsorientiert und legt gesteigerten Wert auf sozial- und umweltgerechtes Wirtschaften. Erstellen Sie wenn möglich einen Gemeinwohl-Bericht und treten Sie, falls noch nicht geschehen, in Kontakt mit gleichgesinnten Unternehmen, um gemeinsam effektiver zu lernen. Ein Gemeinwohl-Bericht ermöglicht eine detaillierte Aufschlüsselung ihres aktuellen Stands und hilft Ihnen, Bereiche mit Entwicklungspotenzial zu definieren sowie weitere Verbesserungen strategisch anzugehen.

Fotocredits

Seiten 2, 10, 12, 13, 21-23, 27, 33, 41

© Johannes Amersdorfer

Lizenz [Creative Commons BY-NC-SA-4.0](#)

Seite 19

© Stevie Klinar

Seiten 29

ARGEkultur Hausgeburtag

© Wolfgang Lienbacher

Lizenz [Creative Commons BY-NC-SA-4.0](#)

Seite 39

Theaterstück „Bitte ... Danke“

© Markus Grüner-Musil

Seite 36

© Mona Moiré de Mirande