



Gemeinwohlbericht Kompaktbilanz

Berichtszeitraum 2020/2021

UMWELT- UND AGRARBERATUNG

DR. ARTHUR PELCHEN

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	Umwelt- und Agrarberatung Dr. Arthur Pelchen	
Rechtsform:	freiberufliches Einzelunternehmen	
Eigentums- und Rechtsform:	freiberufliches Einzelunternehmen	
Website:	www.teh-sachverstaendiger.de	
Branche:	Beratung und Auditierungen im Bereich Klimaschutz mit Spezialisierung auf Erfassung/ Berichterstattung und Verifizierung von Treibhausgasen von Unternehmen, Projekten und Produkten	
Firmensitz:	Grazer Damm 117, 12157 Berlin	
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	1 (inklusive Arthur Pelchen, letztmalig angestellte Hilfskraft in 2020 [15 h] und keine Honorarkräfte)	
Vollzeitäquivalente:	1	
Saison- oder Zeitarbeitende:	1	
Umsatz (netto):	99 T€ (2020)	80 T€ (2021)
Jahresüberschuss:	89 T€ (2020)	72 T€ (2021)
Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen:	keine Tochtergesellschaften, keine verbundenen Unternehmen	
Berichtszeitraum:	01.01.2020 – 31.12.2021	

Kurzpräsentation des Unternehmens

Das Unternehmen wurde 1994 als freiberufliches Einzelunternehmen mit dem Ziel gegründet, im Bereich Umwelt- und Agrarberatung tätig zu werden. Spätestens ab 2004 lag der Fokus auf Beratungs- und Auditdienstleistungen im Bereich der europäischen Emissionshandels, internationaler Klimaschutzprojekte sowie verschiedenen internationalen Berichtsstandards zur Erfassung von Treibhausgasemissionen von Unternehmen, Projekten und Produkten. Nachdem ab 2018 kaum noch Beratungsleistungen und praktisch nur noch Audits im europäischen Treibhausgas-Emissionshandel durchgeführt wurden, hat der Unternehmer zunehmend und im Berichtsjahr 2021 die letzten Kunden im Bereich Audits im europäischen Treibhausgasemissionshandel auf eigenes Betreiben an Kollegen abgegeben. Stattdessen soll der Beratungsbereich ab 2022 (wieder) ausgebaut werden und dabei auch Beratung im Bereich GWÖ angeboten werden. Dabei wird für die GWÖ-Beratung eher angestrebt, in Teams zu arbeiten und dort schwerpunktmäßig den Wert Nachhaltigkeit zu vertreten.

Produkte / Dienstleistungen

Welche Produkte / Dienstleistungen bietet Ihr Unternehmen an?

Grundsätzlich bietet der Unternehmer Beratung und Auditierungen im Bereich Klimaschutz mit Spezialisierung auf Erfassung, Berichterstattung und Verifizierung von Treibhausgasen von Unternehmen, Projekten und Produkten an.

Bis 2012 wurden die Audits durch öffentlich bestellte und vereidigte Sachverständige durchgeführt. Seit 2013 ist für die Auditierung gesetzlich eine Akkreditierung bei der Deutschen Akkreditierungsstelle (DAKKs) erforderlich. Da diese im Unternehmen nicht vorliegt (und nicht ökonomisch tragfähig gewesen wäre), arbeitet das Unternehmen dafür mit der akkreditierten Prüfstelle Müller BBM-Cert GmbH zusammen. Formal hält daher seit 2013 die Müller BBM-Cert GmbH die Verträge mit den Auditkunden und der Unternehmer wird im Unterauftrag der Müller BBM-Cert GmbH tätig. Da alle Kundenbeziehungen älter als 2013 sind, hat der Unternehmer trotzdem bei der Auftragsabwicklung sowie der terminlichen und finanziellen Vertragsgestaltung weitgehende Freiheiten. Gleichzeitig stellt der aus weiteren angestellten und selbständigen Auditoren bestehende Auditoren-Pool der Müller BBM-Cert GmbH einen wechselseitigen Auslastungspuffer dar, über den in beide Richtungen Auslastungsspitzen ausgeglichen werden.

Beratungsleistungen wurden in der Vergangenheit und werden weiterhin in direktem Auftragsverhältnis mit den jeweiligen Kunden durchgeführt und abgerechnet.

Welchen Anteil nehmen die Produkte / Dienstleistungen am Umsatz?

Im Berichtszeitraum wurden fast nur noch Audits im Treibhausgas-Emissionshandel und keine Beratungsleistungen durchgeführt. Insofern entfallen im Berichtszeitraum 96 % des Umsatzes auf Audits im Europäischen Treibhausgas-Emissionshandel. Weitere 4 % entfielen auf ein kleines Beratungsprojekt im Klimaschutzbereich.

In früheren Jahren (bis 2017) waren diese Umsatzanteile variabler, wobei dazu keine genauen Auswertungen mehr vorliegen. Eine überschlägige Auswertung ergibt folgende Spannen der Umsatzanteile:

Beratung zu Erfassung, Berichterstattung und Verifizierung	10 – 35 %
Audits von internationalen Klimaschutzprojekten	25 – 50 %
Audits im europäischen Emissionshandel	45 – 90 %

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Der Unternehmer wurde 2018 durch einen Bekannten auf die Gemeinwohlökonomie aufmerksam gemacht, hat anschließend das Buch von Christian Felber gelesen und ist daraufhin Anfang 2019 dem Gemeinwohl-Ökonomie Berlin-Brandenburg e.V. beigetreten.

Noch 2019 hat der Unternehmer den Lernweg zum zertifizierten GWÖ-Berater durch Besuch der beiden Trainingswochenenden in Wien bei Manfred Kofranek und Dr. Angela Drosig-Plöckinger begonnen.

Bedingt durch Schwierigkeiten, sich in der Organisationsstruktur der GWÖ zurecht zu finden und darüber etwas desillusioniert und demotiviert, hat es bis Anfang 2022 gedauert, bis der Entschluss gereift war, mit dem Verfassen dieses Berichtes die nächsten Schritte auf dem Weg zur Zertifizierung zu gehen.

Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

Seit 2019 ist der Unternehmer aktiv in der AG Beratung in Berlin-Brandenburg sowie Mitglied im AK Beratung auf DACH-Ebene.

Zusätzlich engagiert der Unternehmer seit Gründung sich in der Projektgruppe „Strukturreform“, die von Bewegung und Verein mit der Überarbeitung der Organisationsstruktur beauftragt ist. Die Arbeit dieser Projektgruppe hat der Unternehmer 2021 außerdem mit einer Spende von 2.800 € für den Einkauf von externer Beratungsleistung im Bereich Organisationsentwicklung unterstützt.

Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

Kontaktperson ist der Einzelunternehmer Dr. Arthur Pelchen mit folgenden Kontaktdaten: pelchen@teh-sachverstaendiger.de, Tel. +49 30 34 50 08 86

Testat



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Auditprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:



Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	Dr. Arthur Pelchen
	M5.0 Kompaktbilanz	2021	Auditor*In: Regina Soergel

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berühungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 0 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 0 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 10 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 0 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 40 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 100 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 90 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 60 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 60 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 70 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: J.
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innen beziehungen: 10 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 50 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 70 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 30 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 70 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 70 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 60 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 10 %
			Testat gültig bis: 28.02.2025	BILANZSUMME: 534

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
TestatID: hqk39
Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 10.02.2023

Bridget Knapper and Manfred Jotter / Executive Directors
International Federation for the Economy for the Common Good
e.V., VR 24207



A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?

Da es sich um ein reines Dienstleistungsunternehmen handelt, werden im Wesentlichen folgende Leistungen zugekauft:

- Informations- und Kommunikationstechnologie sowie laufende Telefon-/Internetkosten
- Fortbildung/Seminare etc.
- Buchführung und Jahresabschluss
- Flug-, Bahntickets, Mietwagen, Taxis, ÖPNV
- Hotelübernachtungen, Verpflegung

(Zu deren Anteilen sowie den statistischen Besonderheiten im Berichtsjahr 2021 siehe verpflichtende Indikatoren zu A1.)

Die Auswahl der Lieferanten erfolgt i.d.R. noch nicht explizit nach Kriterien der GWÖ, wobei in den meisten Bereichen zum Zeitpunkt der jeweiligen Anschaffungen (und bis heute) keine GWÖ-bilanzierten Unternehmen als Alternativen zur Verfügung stehen. Im Vordergrund stehen daher bei der Auswahl die Zweckmäßigkeit des Produkts/der Dienstleistung für den Unternehmer, wobei eine qualitative Bewertung der Umsetzung von GWÖ-Werten – wo wegen der genannten Einschränkungen möglich – mitbeachtet werden.

- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?
In Anbetracht des geringen Einkaufsvolumens sowie der in vielen Bereichen nicht vorhandenen Alternativen erfolgt bislang keine systematische Bewertung der (sozialen) Risiken in der Zulieferkette. Explizite Ausschlusskriterien sind daher nicht formuliert, werden aber dennoch angewendet, wenn Verstöße öffentlich bekannt werden. Marktmacht kann der Unternehmer gegenüber keinem seiner Lieferanten ausüben.

Bei dem für den Unternehmer i.d.R. besonders wichtigen Bereich der Personentransportdienstleistungen nutzt der Unternehmer vor allem die beiden ehemaligen Staatsunternehmen „Deutsche Bahn“ und „Deutschen Lufthansa“, die nach Einschätzung des Unternehmers weniger kritisch zu sehen sind als etwaige Mitwerber mit eher fragwürdigeren Businessmodellen.

Im Bereich Fortbildung Seminare erfolgten in den Berichtsjahren Fortbildungen im Bereich Körperarbeit und Permakultur als möglichen zukünftigen Betätigungsfeldern des Unternehmers. Beide sind schon aufgrund ihrer eigenen Wertestruktur GWÖ-nah und achten in Ihrem eigenen Verhalten GWÖ-Werte.

- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?
I.d.R. bisher keine Zertifikate

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform:

Nr.	Branche	Beschreibung	Herkunft ^{*)}	Ausgaben	Anteil
1	J - Information und Kommunikation	IKT und laufende Telefon-/Internetkosten	Deutschland	2.348 [✱]	33%
2	P - Bildung	Fortbildung/Seminare etc.	Deutschland	2.010 [✱]	28%
3	N - Administrative und unterstützende Dienstleistungen	Buchführung und Jahresabschluss	Deutschland	1.510 [✱]	21%
4	H - Verkehr und Lagerhaltung	Reisekosten	Deutschland	182 [✱]	3%
5	I - Beherbergung und Gastronomie	Hotelübernachtungen und Verpflegung	Deutschland	120 [✱]	2%
6	Überwiegende Herkunft restlicher Lieferanten		Deutschland	926 [✱]	13%
Summe				7.096	100%

*) bezogen auf den Unternehmenssitz des Lieferanten, Vorkette mit wesentlich diverserer Herkunft, aber im Detail nicht untersucht

Bedingt durch wegen der Corona-Lockdowns ausgefallene Dienstreisen haben die Positionen 4 und 5 nur einen sehr geringen Anteil. In statistisch normalen Jahren in der Vergangenheit sind die Dienstreisen für den größten (Einzel-)Anteil am dann allerdings entsprechend höheren Gesamteinkaufsvolumen verantwortlich.

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden nicht bekannt: da es sich im Wesentlichen um Zulieferer mit Sitz in Deutschland handelt, geht der Unternehmer davon aus, dass die einschlägigen gesetzlichen Rahmenbedingungen (dank Lieferkettengesetz auch über die Lieferkette) eingehalten werden (siehe auch exemplarische Hinweise oben).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Im Bereich Beschaffung von Informations- und Kommunikationstechnologie sowie bei den Anbietern von Telefon- und Internetdienstleistungen haben sich in den letzten Jahren auch Anbieter etabliert, die die GWÖ-Werte (stärker) beachten. Daher strebt der Unternehmer an, diese bei den nächsten Beschaffungen und Vertragsabschlüssen angemessen zu berücksichtigen und – nutzungstechnische Vergleichbarkeit voraussetzend – zu bevorzugen.

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfrage

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass die Menschenwürde in der Zulieferkette bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht verletzt wird.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 1¹

Fremdeinschätzung: 1

¹ Die hier angegebene Selbsteinschätzung am Ende des Peer-Prozesses stimmt nach den Diskussionen jeweils mit der Fremdeinschätzung überein. Die zu Beginn ursprünglich abweichenden Selbsteinschätzungen lassen sich nicht mehr nachvollziehen.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?
keine systematischen Maßnahmen, siehe auch Erläuterungen in A1
Als Beispiel für fairen und solidarischen Umgang kann der Umgang des Unternehmers mit Eingangsrechnungen genannt werden: diese werden i.d.R. immer unmittelbar nach Eingang ohne Ausschöpfung der Zahlungsfristen bezahlt.
Auch gibt der Unternehmer - im Wesentlichen in Taxis und Restaurants - grundsätzlich ein Trinkgeld von ca. 10 %.
Ein weiteres - allerdings in die umgekehrte Richtung wirkendes - Beispiel ist der Umgang mit meinen Steuerberater/Buchhalter, mit dem ich eine Reduzierung seines (am Umsatz orientierten) Honorars erwirken konnte, da es nur sehr wenige Buchungsfälle gibt.
Das Unternehmen hat bereits Ende 2019/Anfang 2020 im Rahmen einer Crowd-Funding Initiative ein Elektroauto (Sion) bei der Firma Sono Motors bestellt. Das Fahrzeug befand sich zu diesem Zeitpunkt erst in einem frühen Stadium der Entwicklung, so dass die Anzahlung unter dem Risiko des Totalverlusts stand. Derzeit sieht es so aus als würde das Fahrzeug Ende 2023 ausgeliefert. Damit hat der Unternehmer bei seinem (voraussichtlichen) Autolieferanten ein fortschrittliches Geschäftsmodell gefördert, das besonders auf ökologischen Nachhaltigkeit, aber auch über die Sharing-App auf Gerechtigkeit und Solidarität setzt.
- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?
keine systematischen Maßnahmen, siehe auch Erläuterungen in A1

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt
0 %, siehe auch Erläuterungen in A1
(Beim privaten Lebensmitteleinkauf werden – wo dies durch entsprechende Alternativen möglich ist – fair erzeugte und gehandelte Produkte bevorzugt.)
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden
0 %, siehe auch Erläuterungen in A1

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Siehe A1

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfrage

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht ausgenutzt werden. Das Unternehmen verfügt gegenüber seinen Lieferanten über keine Marktmacht.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 2

Fremdeinschätzung: 2

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?
Der Unternehmer achtet grundsätzlich auf die Umweltauswirkungen seiner Einkäufe und dabei mit Blick auf den Unternehmenszweck naheliegend vor allem auf die Klimaauswirkungen. Eine vollständig systematische Analyse dazu erfolgt aber nicht (siehe dazu auch Hinweise in A1).
Aus diesem Grund hatte er bereits vor Beginn des Berichtszeitraums entschieden, künftig innerdeutsche und andere Kurzstreckenflüge zu vermeiden und stattdessen die Bahn zu nutzen, die wegen der genutzten BahnCard (rechnerisch/bilanziell) zu 100 % Ökostrom einsetzt. Bei Papierprodukten werden konsequent nur Produkte aus 100% Recyclingpapier eingesetzt. Visitenkarten und Flyer wurden im Berichtszeitraum zu 100% auf Recyclingpapier gedruckt. Außerdem wird zu 100 % Ökostrom bezogen. Der Unternehmer bezieht bei seinen (privaten) Einkäufen zu ca. 95 % Lebensmittel aus ökologischem Anbau.
Zur weiteren Minderung der eigenen CO₂-Emissionen hat er Unternehmer ein Elektroauto der Firma Sono bestellt, das dann zukünftig überwiegend mit Strom aus der eigenen Solaranlage geladen werden wird.
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
keine systematischen Maßnahmen, siehe auch Erläuterungen in A1 und zur vorherigen Frage
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?
siehe oben
- Welche Unterschiede gibt es zu den Mitbewerbern hinsichtlich ökologischem Einkauf?
Die Beachtung des Klimafußabdrucks ist bei den Mitbewerbern im direkten Umfeld noch nicht weit verbreitet. Die meisten Mitbewerber fahren die meisten Strecken mit dem (meist) großen Auto. Von dem Wunsch, elektrisch zu fahren, ist ebenfalls wenig bekannt.
Der Unternehmer ist daher mit dem Umstieg auf die Bahn und dem bestellten Elektroauto ein Vorreiter.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind:

maximal ein Drittel, genaue Quantifizierung nur mit unvertretbarem Aufwand möglich

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Siehe A1

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfrage

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass keine Produkte/Dienstleistungen zugekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 3

Fremdeinschätzung: 3

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
keine systematischen Maßnahmen, siehe auch Erläuterungen in A1
(Im Bereich der Audits lassen die gesetzlichen Vorgaben keinen Spielraum für partizipativen Umgang. Im Bereich der Beratung ist Partizipation der Kund*Innen wichtiger Bestandteil des Selbstverständnisses des Unternehmers, um die Dienstleistung sinnvoll zu strukturieren, und wird entsprechend gelebt.)
- Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?
keine systematischen Maßnahmen, siehe auch Erläuterungen in A1

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt:
0 %, siehe auch Erläuterungen in A1
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.
0 %, siehe auch Erläuterungen in A1

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

n/a

Bewertung

Selbsteinschätzung: 1

Fremdeinschätzung: 1

Vorbemerkung zum gesamten Kapitel B

Beim Einzelunternehmer sind Betriebs- und Privatvermögen nur bedingt unterscheidbar. Das gleiche gilt daher auch für die hier gemachten Angaben. Nach Ansicht des Unternehmers ist der Umgang mit Geldmitteln (die aus den Überschüssen der Geschäftstätigkeit gespeist werden) daher meist eher Privatsache. Um die Fragen hier sinnvoll beantworten zu können, wird die private Mittelverwendung hier dennoch mit berichtet.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?
Keine, da das Unternehmen zu 100 % durch Eigenkapital finanziert ist.
- Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?
Eine Finanzierung durch Berührungsgruppen ist nicht erforderlich. Kredite oder andere Formen der Fremdfinanzierung wurden nie in Anspruch genommen.
Sowohl Privat- als auch Geschäftskonto werden bei der GLS-Bank geführt.
- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?
n/a, s.o.
- Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?
Die GLS-Bank war die erste Ökobank der Welt und ist eine der führenden Ethik-Banken Deutschlands. Die GLS wurde von 2010 bis 2021 durchgehend als beste Bank im Bereich Spezialbanken ausgezeichnet. Alle Versicherungen (u.a. Berufshaftpflicht, Krankenversicherung, private Rentenversicherung) laufen über konventionelle Anbieter ohne besondere ethisch nachhaltige Ausrichtung. (Dies ist heute im Nachhinein nicht ohne massive finanzielle Verluste zu ändern. Beim Abschluss gab es noch keine ethisch nachhaltigen Alternativen.) Zu sonstigen (privaten) sozial-ökologischen Investments siehe B3.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil Eigenkapital in Prozent
100 %
- Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche
unbekannt, aber sicher niedriger
- Fremdfinanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (Angaben in Tsd. EUR und in % vom Fremdkapital)
n/a, da 100% Eigenkapital

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

n/a

Bewertung

Selbsteinschätzung: 4

Fremdeinschätzung: 4

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Berichtsfragen

- Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?

Das Unternehmen befindet sich in einer Phase, in der die Geschäftstätigkeit stark reduziert ist und über die nächsten Jahre aufgegeben werden soll. Es bestehen daher auch keine relevanten Risiken für die Geschäftstätigkeit. Daher ist eine Risikovorsorge nicht erforderlich.

Der Lebensunterhalt für die Zukunft ist über die angesparte private Rentenversicherung und andere Kapitalanlagen gewährleistet. Damit ist die wichtigste Zukunftsaufgabe zu 100 % erfüllt.

Der Ersatz des derzeitigen PKW mit Verbrennungsmotor durch ein solarbatteriebetriebenes Elektroauto ist für 2023 durch eine entsprechende Bestellung geplant (s.u.). Die Finanzierung ist über Eigenkapital problemlos möglich.

- Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Die im Unternehmen investierten Geldmittel sind so gering, dass der Unternehmer keine Ansprüche an Kapitalerträge stellt. Er ist mit der Ausschüttung der Überschüsse vollständig zufrieden.

Verpflichtende Indikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit:	89 (2020), 72 (2021) Tsd. EUR
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben:	25.500 Tsd. EUR (Elektroauto)
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben:	0 Tsd. EUR
Anlagenzugänge:	0 Tsd. EUR
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn):	0 Tsd. EUR
Auszuschüttende Kapitalerträge:	0 Tsd. EUR
in % vom Stamm- oder Grundkapital:	0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

n/a

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfrage

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass die Verteilung von Geldmitteln immer fair erfolgt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 10

Fremdeinschätzung: 10

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Berichtsfragen

- Welche Investitionen in eigene Anlagen haben ökologisches Verbesserungspotenzial?
n/a, siehe oben
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?
n/a, siehe oben
- Welche Investitionen wurden / werden konkret vorgenommenen?
n/a, siehe oben
- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

Der Unternehmer hat sich als Privatperson 2019 am Crowd-Funding der Firma Sono mit 1.000 € beteiligt, um die Entwicklung des Elektroautos „Sion“ zu ermöglichen. Das Investment unterliegt einem erheblichen Risiko des Totalverlusts, wird aber im Erfolgsfalle auf den Kaufpreis des oben erwähnten Elektroautos angerechnet.

Außerdem ist der Unternehmer mit 40.000 € an der GLS-Bank e.G. sowie mit 1.500 € an der Regionalwert AG Berlin-Brandenburg (Investitionen in regionale Wertschöpfung in der Land- und Lebensmittelwirtschaft, keine Gewinnausschüttung) beteiligt und unterstützt mehrere Freunde mit zinslosen Privatkrediten in Höhe von 31.500 €.

Der überwiegende Anteil (> 80 %) der übrigen (privaten) Investments werden über die GLS-Bank oder die GLS-Crowd getätigt und erfüllen damit die Anforderungen an reduzierte Renditeansprüche und Gemeinwohlorientierung. Die übrigen Investments erfolgen über andere Anbieter nachhaltiger Fonds und Anleihen mit ähnlichen Anforderungen.

(Zu den getätigten Spenden (Geldwerte freiwillige Leistungen) siehe Kapitel E2.)

Verpflichtende Indikatoren

Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf:	25.500 Tsd. EUR (Elektroauto)
Realisierung der ökologischen Investitionen: und % des Bedarfs:	1.000 Tsd. EUR (Anzahlung/Crowd-Funding) 4 %
Finanzierte Projekte:	0 Tsd. EUR
% von Veranlagung:	0 %
Fonds-Veranlagungen:	0 Tsd. EUR
% von Veranlagung:	0 %

Das Auto ist angezahlt, wird aber aufgrund von Verzögerungen bei der Entwicklung voraussichtlich erst im Jahr 2023 geliefert. Der Restbetrag liegt bereit.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

n/a

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfrage

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenklichen Ressourcen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 9

Fremdeinschätzung: 9

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
Das Unternehmen ist zu 100 % im Eigentum des Unternehmers. Fremdkapital wird nicht eingesetzt und entsprechend entstehen daraus auch keine Rechte, Pflichten und Haftungen.
Mitarbeiter*Innen, die beteiligt werden könnten, sind nicht vorhanden.
Kund*innen dürfen im Auditbereich aus gesetzlichen (Unabhängigkeits-)Gründen nicht Miteigentümer des auditierenden Unternehmens sein. Auch im Beratungsbereich ist die Unabhängigkeit des beratenden Unternehmens wichtig und wertvoll.
Relevante Lieferant*Innen, für die eine Beteiligung in Frage käme, sind ebenfalls nicht vorhanden.
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
n/a, siehe oben
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie wird die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet?
n/a, siehe oben
- Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?
n/a, siehe oben

Verpflichtende Indikatoren

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

- | | | |
|-------------------------------------------|---|------------------------------|
| • Unternehmer: | } | 0 % |
| • Führungskräfte: | | 100 % (da Einzelunternehmer) |
| • Mitarbeiter*innen: | | 0 % |
| • Kund*innen: | | 0 % |
| • Lieferant*innen: | | 0 % |
| • Weiteres Umfeld: | | 0 % |
| • Nicht mittätige Kapital-Investor*innen: | | 0 % |

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

n/a

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Berichtsfrage

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 0^{*)}

Fremdeinschätzung: 0

*) Die Bewertung ergibt sich aus den Hinweisen im Handbuch für Kleinunternehmen bzw. Einzelunternehmer und deckt sich nur bedingt mit der Selbsteinschätzung des Unternehmers.

Vorbemerkung zum gesamten Kapitel C

Das Unternehmen verfügt neben dem Unternehmer selbst über keine festen Mitarbeitenden. In einzelnen Jahren – letztmalig im Berichtsjahr 2020 mit insgesamt 15 Arbeitsstunden – wurden studentische Mitarbeitende jeweils im ersten Quartal des Jahres eingesetzt. Der Einsatz studentischer Mitarbeitenden (und anderer Mitarbeitenden) ist für die Zukunft nicht mehr geplant. Die studentischen Mitarbeitenden werden daher im Folgenden zur Verdeutlichung der Haltung des Unternehmers mit beschrieben, gehen aber in die Bewertung nicht ein.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?
n/a (siehe Vorbemerkung oben)
- Welche Maßnahmen wurden zu betrieblicher Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?
Mitarbeitende werden mit biologisch erzeugten Getränken (Tee, Wasser Apfelsaft) und – sofern die Arbeitszeit die Mittagspause umfasst – mit biologisch erzeugten Lebensmitteln kostenfrei versorgt.
Der Unternehmer selbst ernährt sich weitgehend vegetarisch und zu 95 – 100 % mit biologisch erzeugten Lebensmitteln (teilweise selbst erzeugt), die in der Familie frisch zubereitet werden, und achtet dabei auf die Regionalität, soweit dies bei den jeweiligen Produkten möglich ist. Die verbleibenden 5% sind Reisen geschuldet, wo eine biologisch erzeugte Versorgung nicht mit vertretbarem Aufwand sichergestellt werden kann.
Ansonsten trainiert der Unternehmer regelmäßig in einem Fitnessstudio, joggt und fährt Fahrrad und arbeitet im Garten beim Anbau des eigenen Obstes und Gemüses. Die Wirksamkeit dieser Maßnahmen ergibt sich aus dem biologischen Alter des Unternehmers, das bei entsprechenden Tests meist 10-15 Jahre unter dem tatsächlichen Alter liegt.
- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?
n/a (siehe Vorbemerkung oben)
In der Praxis spielt Diversität mangels Mitarbeitenden keine Rolle. Für den Unternehmer spielt theoretisch bei der Auswahl der Mitarbeitenden deren Qualifikation die entscheidende Rolle. Ethnie, Geschlecht, Religionszugehörigkeit und andere Diversitätsmerkmale sind dabei unwichtig.

Verpflichtende Indikatoren

- Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit
2,5 Jahre (berechnet aus zwei studentischen Mitarbeitenden der letzten 5 Jahre)
- Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene
n/a (siehe Vorbemerkung oben)
Selbstverständlich wurden die studentischen Mitarbeitenden während der Arbeitszeit über die fachlich-gesetzlichen Rahmenbedingungen der Audits, die inhaltliche Vorgehensweise bei Audits sowie die verwendeten Programme und Datenbanken eingewiesen. Der zeitliche Aufwand dafür wird allerdings nicht gesondert erfasst.
- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen
n/a (siehe Vorbemerkung oben)
Als selbständiger Unternehmer konnte es in der Vergangenheit zur Einhaltung haftungsbewehrter gesetzlicher Fristen dazu kommen, dass der Unternehmer auch mit leichter Krankheit weiterarbeitet. Durch die freiwillige Selbstbeschränkung bei der Anzahl der übernommenen Aufträge ist dieser Fall aber im Berichtszeitraum nicht mehr aufgetreten.
Auch dies trägt zu dem niedrigen biologischen Alter des Unternehmers bei (s.o.).
- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle
Keine, da Dienstleistungsunternehmen mit ausschließlich bürogebundenen Tätigkeiten
- In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden
n/a (siehe Vorbemerkung oben)
- Demografische Verteilung der Mitarbeitenden des Unternehmens im Hinblick auf Dimensionen der Diversität (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität: Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche / psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant)
Unternehmer: Mitte 50, männlich, deutsch, keine körperlichen/psychischen Einschränkungen
Mitarbeitende:
Alter: beide studentischen Hilfskräfte Anfang 20
Geschlecht: männlich zu weiblich: 50:50
Ethnie: beide studentischen Hilfskräfte ethnisch „deutsch“
körperliche/psychische Einschränkungen: keine
Sexuelle Orientierung, Religion: unbekannt, Abfrage fragwürdig
- durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten
n/a (siehe Vorbemerkung oben)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

n/a (siehe Vorbemerkung oben)

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfrage

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 6

Fremdeinschätzung: 6

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?
n/a (siehe Vorbemerkung oben, für studentischen Hilfskräfte so nicht zutreffend)
Der Verdienst des Unternehmers selbst ist mehr als „lebenswürdig“ (siehe auch detailliertere Angaben dazu in Kapitel E2).
Rechnet man den Stundenlohn der studentischen Mitarbeitenden mit 160 Stunden pro Monat hoch, so ergibt sich eine Bruttosumme von 2.400 €. Dieser liegt auch netto über dem angenommenen „lebenswürdigen Verdienst“ von 1.600 € pro Monat.
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?
Für Mitarbeitende: n/a (siehe Vorbemerkung oben)
Für den Unternehmer: zunehmende freiwillige Selbstbeschränkung bei der Anzahl der übernommenen Aufträge haben das Einkommen verringert und gleichzeitig die Lebensqualität erhöht, ohne die „Lebenswürdigkeit“ des Verdienstes einzuschränken.
- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt? Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
Die Arbeitszeiten wurden in Excel – im Zweifel aufgerundet – auf Viertelstunden genau erfasst. Alle geleisteten Stunden wurden bezahlt. Überstunden fielen nicht an. (zu Arbeitslasten siehe übernächste Frage)
- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?
n/a (siehe Vorbemerkung oben)
Fachliche Diskussionen zum Klimaschutz während der Arbeitszeit - auch über die arbeitsbezogenen Notwendigkeiten hinaus - schaffen für studentischen Mitarbeitenden die Voraussetzungen zur inhaltlich sinnvollen gesellschaftlichen Teilhabe bei diesem aktuell sehr wichtigen Thema.
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen? Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
Die studentischen Hilfskräfte konnten Ihre Einsatz- und Arbeitszeiten (pro Woche nicht mehr als 2 x maximal 4 Stunden) entsprechend der Vorlesungszeiten und Prüfungen selbst festlegen.
Es gibt keine weiteren Arbeitszeitmodelle (n/a, siehe Vorbemerkung oben).
Der Unternehmer selbst hat bis vor einigen Jahren eine zu hohe Arbeitslast auf sich genommen. Durch die zunehmende freiwillige Selbstbeschränkung bei der Anzahl der übernommenen Aufträge hat sich die Arbeitslast im Durchschnitt des Jahres deutlich unter die einer „normalen“ Arbeitnehmer*In verringert. Bis Anfang 2020 gab es noch die Lastspitze im ersten Quartal bis zum Ablauf der gesetzlichen Frist für die Auditierungen jeweils am 31. März. Mit der Aufgabe dieses Geschäftsfeldes ist diese aber auch hinfällig.

- Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?
Für Mitarbeitende: n/a (siehe Vorbemerkung oben)
Für den Unternehmer: freiwillige Selbstbeschränkung bei der Anzahl der übernommenen Aufträge (s.o.)

Verpflichtende Indikatoren

- Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung)
Die studentische Hilfskraft erhielt im Jahr 2020 15 € pro Stunde als Minijob. Das ist 1-2 € pro Stunde mehr als durchschnittlich für studentische Jobs dieser Art bei den Heizeilmännchen der Berliner Unis bezahlt wurde. Dazu übernahm der Unternehmer den Krankenkassen und Rentenversicherungsbeitrag.
Im gleichen Zeitraum betrug das durchschnittliche (Netto-)Honorar des Unternehmers 170 € pro Stunde. Der Verdienst des Unternehmers ist damit – auch bei einer deutlich unterdurchschnittlichen Arbeitsbelastung – immer „lebenswürdig“. (siehe auch detailliertere Angaben dazu in Kapitel E2).
Der Unternehmer ist sich des Glückes bewusst, dass die in seiner Branche üblichen sehr hohen Honorare die unten berechneten sehr niedrigen Arbeitszeiten bei weiterhin „lebenswürdigem“ Verdienst erst ermöglichen und er damit gegenüber vielen anderen Menschen (unverdienterweise) bevorteilt wird.

Die innerbetriebliche Spreizung beträgt demnach 11,3.
- Medianverdienst
Der Medianverdienst beträgt 82,5 € pro Stunde.
- Standortabhängiger „lebenswürdiger Verdienst“ (für alle Betriebsstandorte)
n/a (siehe Vorbemerkung oben, für studentischen Hilfskräfte so nicht zutreffend, Erläuterung zum „lebenswürdigen“ Verdienst bei studentischen Mitarbeitenden)
Der „lebenswürdige“ Verdienst beträgt für Singles in Berlin (vermutlich) ca. 1.600 € pro Monat.
- Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden)
n/a (siehe Vorbemerkung oben, für studentischen Hilfskräfte so nicht zutreffend)
- Tatsächlich geleistete Überstunden
Für Mitarbeitende: null
Für den Unternehmer: im Jahresdurchschnitt null, vor 2020 im ersten Quartal vorhanden, aber freiwillig in Kauf genommen, da Jahresarbeitszeit insgesamt deutlich unterdurchschnittlich und dadurch guter Ausgleich gegeben.
Die durchschnittliche wöchentliche Arbeitszeit beträgt schon seit einigen Jahren deutlich unter 30 Stunden (2020: 11 h und 2021: 6 h, berechnet mit durchschnittlich 46 Wochen Arbeitszeit pro Jahr).
Der Unternehmer ist sich bewusst, dass die heutigen geringen Arbeitszeiten auch durch die frühere Selbstaussbeutung ermöglicht werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

n/a (siehe Vorbemerkung oben)

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfrage

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 6

Fremdeinschätzung: 6

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

- Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz?
Mitarbeitende und der Unternehmer werden mit biologisch erzeugten Getränken (Tee, Wasser, Apfelsaft) und – sofern die Arbeitszeit die Mittagspause umfasst – mit biologisch erzeugten Lebensmitteln kostenfrei versorgt (mehr Details siehe C2).
- Welche Verkehrsmittel benützen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
Die studentische Mitarbeiterin nutze ausschließlich den ÖPNV oder kam zu Fuß zur Arbeit.
Der Unternehmer selbst legt den Weg zur Arbeit zu Fuß zurück, da das Büro in der Wohnung liegt. Für seine Geschäftsreisen nutzt der Unternehmer seit 2020 je nach zurückzulegender Entfernung sowohl Flugzeug (international mehr als 2.000 km, sowie in terminlich nicht anders machbar auf kürzeren Strecken) als auch Bahn (innerdeutsch) und Auto (regional) (Details dazu siehe auch E3). Zuvor waren es in deutlich höherem Umfang auch innerdeutsch Flugreisen.
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden, gibt es Weiterbildungsangebote?
Die Mitarbeitenden wurden so weit in die Thematik eingeführt, wie das für die Arbeitserledigung erforderlich war. Darüber hinaus spielen – getrieben vom Unternehmenszweck im Bereich Klimaschutz – Wissensvermittlung und Diskussion zu diesem Thema immer wieder eine Rolle. Sie stellen aber kein gezieltes Weiterbildungsangebot dar.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft
95 – 100 %
- Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß
100 % ÖPNV und zu Fuß
- Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden in %
n/a (siehe Vorbemerkung oben)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In der Vergangenheit (vor diesem Berichtszeitraum) hat der Unternehmer durch internationale und interkontinentale Beratungs- und Auditprojekte sehr hohe Emissionen aus den dafür erforderlichen Flugreisen verursacht, die allerdings durch geeignete Projekte kompensiert wurden. Für die Zukunft wird der Unternehmer verstärkt abwägen, ob der Nutzen des Projektes für die Gesellschaft und den Unternehmer, diese Emissionen rechtfertigt und im Zweifel auf die Durchführung solcher Projekte verzichten.

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfrage

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass im Unternehmen weder Verschwendung von Ressourcen gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird?

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 7

Fremdeinschätzung: 7

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Berichtsfragen

- Welche wesentlichen/kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?
n/a (siehe Vorbemerkung oben)
- Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?
n/a (siehe Vorbemerkung oben)
- Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?
Die studentischen Hilfskräfte konnten Ihre Einsatz- und Arbeitszeiten (pro Woche nicht mehr als 2 x maximal 4 Stunden) entsprechend der Vorlesungszeiten und Prüfungen selbst festlegen.
- Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?
n/a (siehe Vorbemerkung oben)

Verpflichtende Indikatoren

- Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %).
0 %, n/a (siehe Vorbemerkung oben)
- Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden (in %).
0 %, n/a (siehe Vorbemerkung oben)
- Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %).
10 %, wegen der freien Wahl der Arbeitszeiten

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

n/a (siehe Vorbemerkung oben)

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfrage

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt.

n/a (siehe Vorbemerkung oben)

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 10^{*)}

Fremdeinschätzung: 10

*) Die Bewertung ergibt sich aus den Hinweisen im Handbuch für Kleinunternehmen bzw. Einzelunternehmer und deckt sich nur bedingt mit der Selbsteinschätzung des Unternehmers.

D1 Ethische Kundenbeziehung

Berichtsfragen

- Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?
Das Unternehmen hat mit fast allen Kunden seit mehr als 10 Jahren zusammengearbeitet. Kaltakquise macht das Unternehmen gar nicht. Neue Kunden werden vor allem aufgrund der Empfehlung von Bestandskunden gewonnen. Mit Ausnahme der eigenen Homepage und Visitenkarten wird kein Aufwand in Werbung irgendwelcher Art gesteckt.
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kundennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?
Im Bereich der Audits sind die Inhalte der Dienstleistung gesetzlich vorgegeben, der Nutzen des Kunden besteht daher in der Prüfung seines Emissionsberichts und der Einreichung desselben bei der zuständigen Behörde. Dabei werden grundsätzlich - auch bei Unterschreitung des ursprünglich angebotenen Honorars beispielsweise wegen guter Vorbereitung des Audits durch den Kunden und weniger zu korrigierender Auffälligkeiten - nur die tatsächlich angefallenen Stunden abgerechnet und damit der Umsatz des Unternehmens beschränkt. Umgekehrt wurden in der Vergangenheit aber auch – nach vorheriger Rücksprache mit dem Kunden – Mehraufwand in Rechnung gestellt, wenn dieser vom Kunden verursacht wurde. Im Berichtszeitraum ist dieser Fall aber nicht aufgetreten.
Im Falle von erforderlichen Nachbesserungen (die Aufträge haben i.d.R. Werksvertragscharakter) erfolgen diese kostenlos, wenn sie vom Unternehmer zu verantworten sind, anderenfalls wird der damit verbundene Aufwand abgerechnet. Im Bereich der Beratung werden die Beratungsinhalte immer mit den Kund*Innen gemeinsam erarbeitet und stellen den Kundennutzen damit in den Mittelpunkt der Dienstleistung. Eine Beratungsdienstleistung ohne klaren Kundennutzen ist in diesem Kontext nicht verkaufbar. Hier werden i.d.R. Arbeitszeiten, die auch dem Know-How-Aufbau des Unternehmers dienen, nur zur Hälfte angerechnet.
Der Unternehmer ist – mit Blick auf die Verbesserung seiner Lebensqualität – schon seit mehreren Jahren dabei, Kunden eher abzugeben als dazuzugewinnen, so dass er keine Anstrengungen unternimmt, seinen Umsatz zu steigern.
Der Unternehmer hat sich und würde sich im Bereich Beratung nicht an Projekten beteiligen, die offensichtlich dem „Greenwashing“ dienen, oder Kund*Innen beraten, die in der Vergangenheit durch Greenwashing negativ aufgefallen sind. Das Gleiche gilt für Kund*Innen mit unethischen Geschäftsmodellen, auch wenn das Beratungsprojekt selbst sinnvoll erscheint.
- Welche Kund*innen-Gruppen haben einen erschwerten Zugang zu den Produkten und Dienstleistungen? Was wird getan, dass diese auch in den Genuss der Produkte/Dienstleistungen kommen können?
Die Dienstleistungen richten sich (fast) ausschließlich an mittlere und größere Unternehmen, die entweder unter die gesetzlichen Regeln des Emissionshandels fallen oder freiwillig einen darüber hinaus gehenden Beitrag leisten möchten und nicht an (deren) Endkunden. Dennoch ist der Unternehmer bereit, in Fällen, in denen sein Honorar zu hoch sein würde, seinen Stundensatz entsprechend zu verringern.

Dies geschah beispielsweise bei dem in Kapitel E erwähnten Projekt für einen philanthropischen Kunden zur Entwicklung der Eckpunkte eines globalen Systems zur Begrenzung des Treibhauseffektes.

Außerdem hält der Unternehmer auf Nachfrage gern und regelmäßig kostenfrei Vorträge über den Themenkomplex Emissionshandel und Klimaschutz.

Verpflichtende Indikatoren

- Übersicht der Budgets im Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen
Einzige Ausgabe für Marketing waren die Gebühren für das Hosten der Homepage (48 €/a) und das Drucken der Visitenkarten (< 100 €, vor dem aktuellen Berichtszeitraum).
- Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %
Es gibt keine Verkaufsmitarbeitenden. Die Bezahlung des Unternehmers hängt selbstverständlich zu 100 % vom erzielten Umsatz ab.
- Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens?
Es gibt keine Umsatzvorgaben im Unternehmen für die nicht vorhandenen Mitarbeiter. Der Unternehmer selbst erzielt auch mit wenigen Arbeitsstunden ein „lebenswürdigen“ Verdienst (siehe auch C2).
- Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird.
0 %, da es bisher ausschließlich B2B-Kund*Innen gibt (s.o.)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

n/a

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfrage

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 2

Fremdeinschätzung: 2

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?

Der Unternehmer war im Berichtszeitraum eingebunden in eine Gruppe anderer angestellter und freiberuflicher Auditoren und kooperiert mit diesen. Bei außergewöhnlichen zeitlichen Belastungen, die die Kapazitäten der Kolleg*Innen übersteigen, unterstützt der (nicht mehr zu stark ausgelastete) Unternehmer dieses Netzwerk durch zusätzliche Personentage und hilft damit die Belastungsspitzen bei den Kolleg*Innen zu verringern. Dies erfolgt allerdings gegen angemessenes Honorar, erlaubt den Kolleg*Innen aber dadurch Kunden zu halten, die anderenfalls ggf. nicht bedient werden könnten. Diesen Kolleg*Innen werden auch regelmäßig, für den Fall das der Unternehmer selbst einen angebotenen Auftrag nicht durchführen will oder kann, diese Aufträge auch weitergegeben.

Im Berichtsjahr 2020 wurden insgesamt 9 Personentage, die der Unternehmer für seine Projektbearbeitung nicht benötigt hat, in diesem Verbund freiwillig an die mitarbeitenden Kollegen abgegeben.

Seit 2015 hat der Unternehmer immer wieder zur Verbesserung seiner eigenen Lebensqualität Aufträge/Kund*Innen an diese Kollegen weitergereicht, für deren Einführung bei den Kund*Innen gesorgt und über die Jahre ein Projektportfolio von insgesamt 70 Personentagen abgegeben.

(Außerhalb des Berichtszeitraumes ist im Jahr 2022 eine Kooperation mit einem anderen GWÖ-Berater entstanden, bei der ein Kunde teils getrennt, aber mit einheitlicher Zielsetzung, und teils gemeinsam zu Themen betreut wird, die mittelfristig in eine GWÖ-Bilanz münden könnten.)

- In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

Siehe oben, wenig davon ist komplett uneigennützig, hilft den Kolleg*Innen aber dennoch.

(Im Privatbereich unterstützt der Unternehmer – hier tatsächlich uneigennützig – mehrere Freunde mit zinslosen Krediten insgesamt mit einem höheren fünfstelligen Betrag.)

Verpflichtende Indikatoren

- Wie hoch ist der investierte Zeit- / Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil)
In früheren Jahren war dieser Anteil sehr gering – auch durch gesetzlich Vorgaben zur Arbeitserledigung bedingt. In den letzten Jahren ist der Anteil aber immer weiter angestiegen und Betrag zum Schluss – auch durch die geplante Übergabe der Projekte an die Kolleg*Innen geschätzte 80 %. Derzeit – also nach den Berichtsjahren – ist der Anteil durch Beendigung der Tätigkeit im Bereich Audit erst mal wieder deutlich geringer geworden. Erste Kooperationen mit einem anderen GWÖ-Berater bei einem gemeinsamen Kunden ist aber schon vereinbart.
- Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt:
 - Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional):
80 % (Die Tätigkeit des Unternehmers ist regional nicht beschränkt und erfolgt mindestens bundesweit, s.o.)
 - Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen:
n/a
 - Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG:
n/a
- In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: 3/3)
 - Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards
90 % (bedingt durch Engagement in der GWÖ), außerdem Mitwirkung bei den regelmäßig stattfindenden Treffen zwischen Auditoren und Vollzugsbehörden auf nationaler und EU-Ebene
 - Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying)
5 % (bedingt durch Engagement in der GWÖ)
 - Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards
5 % (bedingt durch Engagement in der GWÖ)
- Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen
 - anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
n/a, dazu fehlt dem Unternehmer das Know-How in den anderen Branchen
 - der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
5-10 Personentage (Erläuterung siehe oben)
- Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen
 - anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
n/a, dazu fehlt dem Unternehmer das Know-How in den anderen Branchen

- der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge)
Mit der Aufgabe des Geschäftsbereiches „Audit“ sind dies 100 %, davor ein zunehmender Anteil (Erläuterung siehe oben)
- Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen
 - anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
0 €
 - der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn)
0 € (siehe oben aber zu beidem zinslose Privatkredite an Freunde)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

n/a

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfrage

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird. Das Unternehmen verfügt über keine Marktmacht gegenüber Mitunternehmen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 5

Fremdeinschätzung: 5

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?
n/a, da es sich um Dienstleistungen handelt, haben diese keine direkten ökologischen Auswirkungen, führen aber zu indirekten positiven Auswirkungen im Klimaschutz (siehe dazu und zu den Geschäftsreisen auch Kapitel E).
- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?
n/a, da die „Nutzung“ des Auditberichts oder der Beratungsergebnisse nicht zu negativen Umweltauswirkungen führt, die reduziert werden müssten.
- Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?
n/a, da gesetzlich vorgeschriebene Prüfungen, aber auch Beratungsdienstleistungen kaum nach diesen Kriterien bewertet werden können.
- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?
n/a, da gesetzlich vorgeschriebene Prüfungen, aber auch Beratungsdienstleistungen kaum nach diesen Kriterien bewertet werden können.
- Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert?
n/a, da gesetzlich vorgeschriebene Prüfungen, aber auch Beratungsdienstleistungen kaum nach diesen Kriterien bewertet werden können.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Berichtsfrage

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 7

Fremdeinschätzung: 7

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Berichtsfragen

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?
Im Bereich der Audits sind die Inhalte der Dienstleistung gesetzlich vorgegeben, hier bestehen daher kaum Mitsprache- und Mitentscheidungsrechte. Dies würde auch dem Ziel der unabhängigen Überprüfung der Emissionsberichte der Kund*Innen durch das Audit widersprechen.
Im Bereich der Beratung werden die Beratungsinhalte immer mit den Kund*Innen gemeinsam erarbeitet. Eine Beratungsdienstleistung ohne klare Mitsprachemöglichkeiten ist in diesem Kontext nicht verkaufbar.
- Werden Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?
n/a, siehe oben, sozial-ökologische Verbesserung im Bereich der Dienstleistungen des Unternehmers kaum vorstellbar
- Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?
Die detaillierten Mengen- (also Anzahl der erforderlichen Personentage) und Preisgerüste (also die Honorar- und sonstigen Kosten) sowie die Arbeitsschritte der Audits bzw. Beratungen sind selbstverständlich Bestandteil der Angebote an die Kund*Innen. Daneben werden die Mengengerüste bei Audits gegenüber den zuständigen Behörden bekannt gegeben. Damit ist aus Sicht des Unternehmers die in diesem Kontext relevante Öffentlichkeit erreicht.

Verpflichtende Indikatoren

- Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind.
0 %, n/a, siehe oben
- Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes).
0 %, n/a, siehe oben
- Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes).
100 % Veröffentlichung gegenüber Kunden, siehe oben

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

n/a

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfrage

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass die Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kund*innen und Umwelt belasten und auch keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 5

Fremdeinschätzung: 5

Vorbemerkung zum gesamten Kapitel E

Das Unternehmen bietet Beratungs- und Auditleistungen im Klimaschutz für Unternehmen, Projekte und Produkte an. Diese Dienstleistungen tragen zwar nicht direkt zu einer Verminderung der Treibhausgasemissionen bei, versetzen aber die Kund*Innen in die Lage, als Folge der Beratungsleistungen emissionsmindernde Prozesse und Vorprodukte einzusetzen und damit zur Emissionsminderung beizutragen. Im Bereich der Audits tragen die Dienstleistungen zur Transparenz bei den Emissionen bei und ermöglichen damit die gesetzliche Regulierung von Treibhausgasemissionen.

Hervorzuheben war 2021 ein Beratungsprojekt, bei dem im Auftrag eines philanthropischen Kunden Eckpunkte eines visionären globalen Systems zur Begrenzung des Treibhauseffektes entwickelt wurden, für das weiterhin Unterstützer gesucht werden.

Entsprechend sind die im Folgenden genannten Beiträge des Unternehmens als indirekte Auswirkungen zu verstehen.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- **Welche der neuen Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens?**

1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden

- Die Dienstleistungen tragen zu einem mehr an Klimaschutz und damit zum Abwenden der Klimakrise bei, was wiederum für Lebenserhaltung und Gesundheit der Menschen förderlich ist.
- Die Dienstleistungen des Unternehmens tragen zum Bewusstwerden der Problematik bei und ermöglichen deren Ursachen zu erkennen.
- Die Feststellung des Status Quo bei den Treibhausgasemissionen durch die Dienstleistungen des Unternehmens ermöglicht den Kund*innen erst die Entscheidung über sinnvolle Vermeidungsmaßnahmen.

2. Schutz und Sicherheit

- Durch die Minderung bzw. Abwendung der Folgen des Klimawandels (ggf. Wetteränderungen, Flut- und Dürrekatastrophen, Schädlinge und Krankheiten, Flüchtlinge, kriegerischen Auseinandersetzungen) durch die Dienstleistungen des wird Schutz und Sicherheit der Gesellschaft und der Menschen zukünftig verbessert.

7. Kreatives Schaffen

- Lösungen im Klimaschutz setzen u.a. kreative Lösungen voraus. Durch die Dienstleistungen des Unternehmens werden Kund*Innen angeregt über kreative Lösungen und „neues“ Denken im eigenen Umfeld nachzudenken.

8. Identität & Sinn

- Die Beratungsleistungen tragen dazu bei, dass Menschen erkennen, dass es Sinn macht, sich mit Klimaproblem zu beschäftigen.
- Die Teilhabe an der Klimaschutzbewegung schafft für die Beteiligten Identität, Sinn und Selbstwirksamkeit.
- Beratung trägt zum Verstehen bei, dass man andere Perspektiven wahrnehmen und verstehen kann.

9. Freiheit und Autonomie

- Falls der Klimawandel wie vorhergesagt eintritt, können Menschen nicht frei sein und autonom handeln. Der Beitrag zur Minderung bzw. Abwendung der Folgen des Klimawandels hilft also indirekt auch, Freiheit und Autonomie der Menschen zu erhalten.

Bei Bedürfnissen, die hier nicht explizit genannt sind, erscheint der Beitrag des Unternehmens zu indirekt oder marginal, so dass er hier nicht aufgeführt wird.

- **Welche der Produkte/Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?**

- Grundsätzlich stellt keine der Dienstleistungen des Unternehmens ein Luxusprodukt dar.
- Im Wesentlichen (mit Ausnahme einzelner Vorträge) richten sich die Dienstleistungen allerdings nicht an Endverbraucher*Innen, sondern an andere – zumeist emissionsintensive – Unternehmen. Dies trägt direkt dazu bei, dass im europäischen Emissionshandel insgesamt die Emissionsreduktionsziele eingehalten werden. Bei einzelnen Unternehmen kann es dennoch auch zur Erhöhung der Emissionen kommen. Diese Flexibilität der einzelnen Unternehmen bei gleichzeitig sicherer Erreichung des Gesamtziel ist aber ausdrücklich gewollter Bestandteil dieses politischen Regelungsinstruments und reduziert die volkswirtschaftlichen Vermeidungskosten.
- Die Vorträge sowie die Beratungen im Bereich Emissionskompensation tragen bei den Kund*Innen der Kund*Innen zur Bewusstseinsbildung für den eigenen Anteil bei der Verursachung des Treibhauseffektes bei.
- Beratungen im Bereich Emissionskompensation könnten grundsätzlich dazu führen, dass Luxusprodukte über den Emissionsausgleich gerechtfertigt werden. Als Beispiel kann das Versenden von Luxusprodukten per Post und von Luftverkehr im Kurz- und Mittelstreckenbereich dienen. Im Berichtszeitraum wurden in diesem Bereich aber keine Beratungen durchgeführt.

- **In welcher Form dienen unsere Produkte/Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?**
 - Siehe oben: indirekte Auswirkungen bei der Erfüllung der Grundbedürfnisse insbesondere zu 1. Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden
 - Die Vorträge im Bereich Klimaschutz schaffen die Möglichkeit zum Wachstum der Menschen, so dass diese sich weiterbilden und persönlich weiterentwickeln können.

- **Welche gesellschaftlichen/ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch unsere Produkte/Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert? (Orientierung an UN-Entwicklungszielen, siehe vertiefende Online-Informationen)**

	UN-Ziel	Beitrag der Dienstleistungen des Unternehmens	Bemerkung
1	Gesundheit	indirekt positiv	Siehe oben bei Frage zu den Grundbedürfnissen
2	Energie, Klima, Wasser	indirekt positiv	
3	Bildung	positiv	Vorträge zum Klimaschutz, nur Bildung im Bereich Klimaschutz
4	Armut	potenziell negativ (Beratung berücksichtigt aber den Ausgleichsaspekt.)	Klimaschutzmaßnahmen kosten i.d.R Geld (außer Suffizienz), Ausgleich der Nachteile aber theoretisch problemlos möglich
5	Ernährung	indirekt positiv	Verminderung der Flut- und Dürreerisiken
6	Wirtschaftliches Wachstum	unklar	Investition in Vermeidungsmaßnahmen positiv, Suffizienz negativ; Frage: Wachstum in der GWÖ erwünscht?
7	Technologie	indirekt positiv	Die Verringerung der Treibhausgasemissionen erfordert teilweise neue nachhaltigere technologische Lösungen.
8	Ungleichheit	keine Auswirkungen	
9	Gleichstellung der Geschlechter	keine Auswirkungen	
10	Hunger	indirekt positiv	Verminderung der Flut- und Dürreerisiken
11	Gerechtigkeit	potenziell negativ (Beratung berücksichtigt den Ausgleichsaspekt.)	siehe Nr. 4, außerdem Frage der historischen Verantwortung für Klimawandel zu berücksichtigen
12	Regierungsführung	keine Auswirkungen	
13	Menschenwürdige Arbeit	keine Auswirkungen	
14	Frieden	indirekt positiv	Siehe oben bei Frage zu den Grundbedürfnissen

	UN-Ziel	Beitrag der Dienstleistungen des Unternehmens	Bemerkung
15	Saubere Energie	indirekt positiv	An vielen Stellen wird ein Teil der Lösung für den Klimawandel aus der Umstellung auf regenerative Energien bestehen. Die Beratungsleistungen berücksichtigen dies.
16	Landökosysteme	indirekt positiv	Die Abwendung des Klimawandels trägt zum Schutz aller Ökosysteme bei.
17	Ozeane, Meere und Meeresressource	indirekt positiv	
18	Soziale Inklusion	keine Auswirkungen	

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

1. Erfüllte Bedürfnisse	
• decken Grundbedürfnisse	100 %
• Statussymbol/Luxus	0 %
2. Dienen der Entwicklung	
• der Menschen	100 %
• der Erde/Biosphäre	100 %
• löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen	100 %
3. Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:	
• Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen	100 %
• Hemmender/Pseudo-Nutzen	0 %
• Negativnutzen	0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Grundsätzlich kann bei der Projektauswahl weiterhin darauf geachtet werden, dass – wie in der Vergangenheit – keine Beratung im Bereich „Kompensation für Luxusgüter“ erfolgt und dass die Kund*Innen ebenfalls eine GWÖ-kompatible Haltung haben.

(Letzteres war in der Vergangenheit bedingt durch die Durchführung gesetzlich vorgeschriebener Audits bei emissions-intensiven Unternehmen nicht gegeben. Von diesen Kund*Innen befindet sich aber seit 2022 keines mehr im Portfolio des Unternehmens.)

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden?

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 7

Fremdeinschätzung: 7

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Berichtsfragen

- Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z. B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?

Das Unternehmen zahlt Umsatzsteuer, Einkommensteuer, Kfz-Steuer sowie die gültigen Steuern im Energiebereich (unbedeutend und kaum quantifizierbar). Im Jahr 2020 wurden geringe Sozialabgaben für die studentischen Hilfskraft abgeführt. Quantitative Angaben befinden sich unten bei den verpflichtenden Indikatoren.

- Welche direkten materiellen Unterstützungen (z.B. Förderungen, Subventionen) erhält das Unternehmen andererseits?

Das Unternehmen erhält keinerlei Förderungen oder Subventionen.

- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? Worin besteht der Eigennutzen an diesen Aktivitäten?

Der Unternehmer spendet seit Jahren regelmäßig ca. 1.500 € an 3 – 4 verschiedene wohltätige und gemeinnützige Einrichtungen im In- und Ausland. Im Jahr 2021 waren dies aufgrund eines privat-bedingten Sonderfalles sogar 11.500 €. Daraus entsteht kein direkter Eigennutzen. Aus Sicht des Unternehmers stellt Spenden allerdings eine befriedigende, sinnstiftende Möglichkeit dar, um Selbstwirksamkeit und Empathie zu (er)leben. Im Übrigen zahlt Spenden auf das Prinzip „Fair Share“ der Permakultur ein. Neben den Geldspenden ist der Unternehmer im AK Beratung im DACH-Raum, in der AG Beratung und in der PG Strukturreform der GWÖ Berlin Brandenburg mit circa 10 - 15 h pro Monat und im Dorfverein seines Nebenwohnsitzes mit circa 2 h pro Monat engagiert. Aus dem Engagement in der AG Beratung der GWÖ Berlin-Brandenburg können sich perspektivisch Beratungsaufträge ergeben.

- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?

Die Spenden helfen regelmäßig ein Krankenhaus mit angeschlossener Landwirtschaft und Schulen in Simbabwe zu erhalten, über die Kältehilfe Obdachlose in Berlin in der kalten Jahreszeit zu unterstützen und i.d.R. bei wechselnden globalen Katastrophenfällen Soforthilfe zu leisten. Ersteres wirkt anscheinend nachhaltig, da das Projekt schon seit rund 30 Jahren besteht. Die beiden anderen Maßnahmen dienen eher kurzfristiger Nothilfe über anerkannte Organisationen mit Spendensiegel. Mit dem im Jahr 2021 erhöhten Betrag wurde zusätzlich eine Solidarische Landwirtschaft in Oderbruch, der Strukturreformprozess der GWÖ in Berlin Brandenburg, der Verein Zukunftsfähig mit Jugendbildung und Permakulturausbildung und die Bodenstiftung Berlin zum Kauf von Grund und Boden unterstützt. Alle vier Einrichtungen haben in unterschiedlichen Bereichen soziale und/oder ökologische Nachhaltigkeit zum Ziel. Bei drei von vier dieser Organisationen bestehen persönliche Kontakte zu den Beteiligten.

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

Alle Geschäfte laufen per Rechnung und unbar, so dass keine Möglichkeiten der illegitimen Steuervermeidung und Korruption bestehen. Der Unternehmer betreibt über seine Vorträge positiven Lobbyismus für Klimaschutz.

Verpflichtende Indikatoren

Umsatz

Nettoabgabenquote, darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

- effektiv bezahlte Ertragsteuern (Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer)
- Lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber
- Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten
- abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen

Diese Netto-Abgaben werden auf die ausgewiesene Wertschöpfung (Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Mieten und Verpachtung) bezogen und ergeben damit die relative Netto-Abgabenquote. Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an betrieblichem Nutzen dieser Leistungen (in Prozent des Umsatzes bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit)

	2020	2021 ^{*)}
Umsatz (€)	99.000	80.000
Nettoabgabenquote (€)	46.275	32.676
<i>Einkommensteuer (€)</i>	<i>21.300</i>	<i>7.800</i>
<i>lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber</i>	<i>99</i>	<i>0</i>
<i>Summe Lohnsteuer und Sozialabgaben Arbeitnehmer (€)</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Eigene Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung (beide privat)</i>	<i>24.876</i>	<i>24.876</i>
<i>Subventionen und Förderungen (€)</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Nettowertschöpfung (€)	90.000	79.000
<i>Brutto-Gewinn (€)</i>	<i>80.000</i>	<i>72.000</i>
<i>Fremdkapitalzinsen (€)</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Einnahmen aus Vermietung und Verpachtung (€)</i>	<i>10.000</i>	<i>7.000</i>
Relative Nettoabgabenquote	51%	41%
Geldwerte freiwillige Leistungen (€)	1.545	11.415
Geldwerte freiwillige Leistungen (% vom Umsatz)	1,6%	14,3%
Geldwerte freiwillige Leistungen (h)	162	174
Geldwerte freiwillige Leistungen (% vom Gesamtjahresarbeitszeit, 1.700 h)	9,5%	10,2%
*) 2021 geschätzt auf Basis BWA und eigener Steuerberechnung		

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Der Unternehmer strebt an, das Spendenaufkommen auch zukünftig über dem langjährigen Mittel der Vorjahre (1.000 – 1.500 €) zu halten, obwohl dies durch Wegfall des privaten Sondereffektes aus dem Jahr 2021 und eines zu erwartenden deutlich niedrigeren Einkommens schwierig sein wird. Das Engagement in der GWÖ Berlin-Brandenburg kann – passende Aufgaben und Strukturen vorausgesetzt – weiter ausgebaut und verstetigt werden.

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen?

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden?

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass es selbst keine korruptionsfördernden Praktiken betreibt und dass sämtliche Lobbying-Aktivitäten offengelegt wurden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 7

Fremdeinschätzung: 7

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?
Wesentliche Umweltauswirkungen entstehen bei dem Unternehmen, das ausschließlich Dienstleistungen anbietet, aus den – teilweise internationalen – Reisetätigkeiten, bei denen regelmäßig auch Flugzeuge genutzt werden, und in weit geringerem Umfang durch die Beschaffung von Informations- und Kommunikationstechnik.
Zu ersterem hat der Unternehmer aber seit dem Jahr 2020 alle nationalen Flüge durch Bahnfahrten ersetzt, so dass diese hier nicht mehr auftauchen. Damit reduzieren sich die CO₂-Emissionen maßgeblich. Der letzte internationale Flug ging Anfang 2020 in die Türkei. Grundsätzlich schreibt der Gesetzgeber diese Vor-Ort-Besuche bei Audits vor, so dass hier für den Unternehmer kein Spielraum besteht. Bedingt durch die Coronakrise und die Aufgabe der Geschäftstätigkeit im Bereich Audits, sind weitere internationale Flüge nicht angefallen. Es ist aber nicht auszuschließen, dass dies in Zukunft bei Beratungsprojekten wieder vorkommt. Alle CO₂-Emissionen der Reisetätigkeit werden von dem Unternehmer nach einschlägigen Standards berechnet und durch ein Vermeidungsprojekt in Bangkok entsprechend des Clean Development Mechanism und des Gold Standard kompensiert.
Alle Daten zu CO₂-Emissionen aus den Transporten werden schon seit knapp 10 Jahren erhoben und seit 5 Jahren kompensiert.
(Zu Energie-, Wasser- und Stromverbrauch siehe auch nächste Frage.)
- Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?
Viele der unten zu Liegenschaften genannten verpflichtenden Indikatoren sind nur schwer für das Unternehmen zu erfassen, da das Büro in der Wohnung liegt und damit alle Verbrauchangaben nur für die gesamte Wohnung vorliegen. Behelfsweise werden diese Angaben daher mit dem Flächenanteil des Büros an der Gesamtwohnfläche umgerechnet. Bei der Pkw-Nutzung werden die Angaben des Fahrtenbuchs bzw. von Reisekostenabrechnungen herangezogen. Bislang wurden diese Daten nicht veröffentlicht (siehe dazu auch die nächste Frage).
- Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?
Das Unternehmen hat als Kleinstunternehmen bislang keine Umweltdaten veröffentlicht. In Anbetracht der Tatsache, dass es sich um ein reines Dienstleistungsunternehmen handelt und die Umweltauswirkungen entsprechend minimal sind, erscheint dies angemessen.
Mit diesem Gemeinwohlbericht werden aber die unten genannten verpflichtenden Indikatoren – soweit überhaupt relevant – erstmals veröffentlicht.

Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

	Bemerkung zur Ermittlung	2020		2021	
		Abs.	Rel. (pro T€)	Abs.	Rel. (pro T€)
1 Ausstoß klimawirksamer Gase in kg	Summe von Zeile 3/5/7/9/11/13	2.010	20,3	0	0,0
2 Flugreisen in km	Berechnet mit www.myclimate.org	4.425	44,7	0	0,0
3 CO ₂ -Emissionen aus Flugreisen in kg	Berechnet mit www.myclimate.org ; RFI=2	1.894	19,1	0	0,0
4 Bahn-Transporte in km	geschätzt nach Reisekostenabrechnungen	2.800	28,3	130	1,3
5 CO ₂ -Emissionen aus Bahntransporten in kg	berechnet mit Emissionsfaktor von 0 wegen Bahncard mit 100 % Ökostrom	0	0,0	0	0,0
6 Dieserverbrauch in Liter	berechnet aus Fahrtenbuch	18	0,2	0	0,0
7 CO ₂ -Emissionen aus Dieserverbrauch in kg	berechnet mit Emissionsfaktor 2,65 kg CO ₂ /l)	48	0,5	0	0,0
8 Benzinverbrauch in Liter	berechnet nach Mietwagenabrechnung	29	0,3	0	0,0
9 CO ₂ -Emissionen aus Benzinverbrauch in kg	berechnet mit Emissionsfaktor 2,35 kg CO ₂ /l)	68	0,7	0	0,0
10 Stromverbrauch in kWh	Aus Stromabrechnung bezogen auf 16,3 % Anteil des Büros an der Gesamtwohnfläche (höherer Verbrauch in 2020 wegen Untervermietung)	333	3,4	256	2,6
11 CO ₂ -Emissionen aus Stromverbrauch in kg	berechnet mit Emissionsfaktor von 0 wegen 100 % Ökostrom	0	0,0	0	0,0
12 Gasverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg	kein Einsatz von Gas	0	0,0	0	0,0
13 CO ₂ -Emissionen aus Gasverbrauch in kg		0	0,0	0	0,0
14 Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C	Aus Heizkostenabrechnung nicht plausibel ableitbar	-	-	-	-
15 Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m ³	Aus Verbrauchsabrechnung Hausverwaltung, 2021 = 2020	123	1,2	123	1,2
16 Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg	kein Einsatz von Chemikalien im Produktionsprozess	0	0,0	0	0,0
17 Papierverbrauch in kg	konservativ geschätzter Verbrauch 1.500/1.000 Blatt	7,5	0,1	5,0	0,1
18 Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg	kein Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien im Produktionsprozess	0	0,0	0	0,0
19 Kunstlichteinsatz in Lumen, kWh	nur normales Licht im Büro, nicht quantifizierbar	0	0,0	0	0,0
20 Schadstoffemissionen in kg	keine relevanten Schadstoffemissionen	0	0,0	0	0,0
21 Umsatz (T€)			99		80

Die jeweiligen Messwerte werden hier zusätzlich zur absoluten Angabe auf den Umsatz (T€) bezogen angegeben. Der Bezug auf Mitarbeitende macht keinen Sinn, da nur der Unternehmer selbst im Unternehmen tätig ist.

Die CO₂-Emissionen aus der Reisetätigkeit werden – wie oben bei der ersten Berichtsfrage dargestellt – vollständig kompensiert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Für 2023 ist die Lieferung eines Elektroautos avisiert, das dann aus der eigenen Solaranlage am Nebenwohnsitz CO₂-frei geladen und betrieben wird, so dass hier – auch wenn zukünftig wieder mehr Autofahrten erforderlich werden sollten – keine weiteren (direkten) CO₂-Emissionen entstehen werden.

Im Bereich der Beschaffung von Informations- und Kommunikationstechnik sollen – anders als in der Vergangenheit – bei der nächsten erforderlichen Neubeschaffung Hersteller mit Gemeinwohlorientierung prioritär berücksichtigt werden

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet?

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass es nicht gegen Umweltauflagen verstößt bzw. die Umwelt nicht unangemessen belastet.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 6

Fremdeinschätzung: 6

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst und in welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation, Zugänglichkeit für die Öffentlichkeit)?
In der Vergangenheit wurden keine Daten für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen systematisch erfasst und berichtet. Grundsätzlich erscheint dies mit Blick auf ein Kleinunternehmen mit Beratungsdienstleistungen ohne Mitarbeiter auch angemessen. Dennoch wird dieser GWÖ-Bericht auf der Internetseite der GWÖ veröffentlicht, sobald er auditiert wurde.
- Wie können Bürger*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
Das Unternehmen verfügt über eine Internetseite mit den einschlägigen Kontaktdaten, über die jede*r jederzeit Kontakt zum Unternehmen aufnehmen kann. Dies ist aber in den über 25 Jahren Geschäftstätigkeit noch nie vorgekommen.
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?
Das Unternehmen freut sich über zweckdienliche Hinweise der gesellschaftlichen Berührungsgruppen und wird diese – falls sich Berührungsgruppen melden sollten – in angemessener Weise dokumentieren und in seine Entscheidungsfindung einfließen lassen.

Verpflichtende Indikatoren

- Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung
Sobald dieser GWÖ-Bericht auditiert ist, wird er auf der Internetseite der GWÖ veröffentlicht.
- Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad)
Da es in der Vergangenheit keine diesbezüglichen Anfragen gegeben hat, liegt der Anteil derzeit bei 0 % Prozent.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Das Unternehmen sieht hier in Bezug auf den Kontakt mit den gesellschaftlichen Berührungsgruppen derzeit kein Verbesserungspotential.
Sobald die Zertifizierung als GWÖ-Berater abgeschlossen ist, wird zur Verbesserung der Sichtbarkeit des Engagements für die GWÖ die vorhandene Homepage inhaltlich entsprechend ergänzt und die GWÖ dort verlinkt.

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfrage:

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet?

Ja, das Unternehmen bestätigt, dass es keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreitet.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Nicht anwendbar, da Erstbericht

Bewertung

Selbsteinschätzung: 2

Fremdeinschätzung: 2

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

Kurzfristig möchte ich meine Zertifizierung als GWÖ-Berater abschließen und dann damit erste Projekterfahrungen machen.

Gleichzeitig wurde ich gerade in den Vorstand des GWÖ Berlin-Brandenburg e.V. gewählt, wo ich mich u.a. um die Finanzen kümmern werde. Dabei wird ein Schwerpunkt auf der längerfristigen Sicherstellung der Finanzierbarkeit einer Stelle für Ehrenamtskoordination liegen. Darüber hinaus gilt es den Strukturreformprozess in der Bewegung voranzutreiben.

Langfristige Ziele

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?

Etablierung als GWÖ-Berater und Integration der GWÖ-Beratung in meine bisherige Beratungstätigkeit. Aufbau eines persönlichen Netzwerks von GWÖ-Berater*Innen, mit denen ich gemeinsam größere Beratungsprozesse unter Einbringung meiner Kompetenzschwerpunkte im Bereich Umwelt durchführen kann. Ggf. Fortsetzung meines Engagements im Vorstand des GWÖ Berlin-Brandenburg e.V.

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

Im Mai 2014 stimmte der Ministerrat der EU einer Richtlinie zu, die noch in nationales Recht umzusetzen ist. Die offenzulegenden Informationen (obligatorisch ab 500 Mitarbeitenden) sind:

- Beschreibung des Geschäftsmodells. Was ist der Zweck des Unternehmens, womit wird Nutzen gestiftet für Kunden, wodurch werden Gewinne erwirtschaftet.
- Welche Politiken verfolgt das Unternehmen, um die Einhaltung der gebotenen Sorgfalt in **Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption** zu gewährleisten?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsprozesse in diesen Bereichen?
- Was sind die primären Risiken der Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen in diesen Bereichen?
- Wie werden diese Risiken gehandhabt? Mit welchen Ergebnissen?
- Offenlegung relevanter nicht-finanzieller Leistungsindikatoren

Der Gemeinwohl-Bericht kann zur nichtfinanziellen Berichterstattung gemäß EU-Richtlinie verwendet werden. Es ist Verantwortung des Unternehmens sicherzustellen, dass der Gemeinwohlbericht in der entsprechenden Tiefe und mit allen nationalen Erfordernissen der Umsetzung der Richtlinie erstellt wird.

In Österreich gilt das „Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG)“, in Deutschland das „CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG)“.

Hier mache ich keine Angaben, da ich nicht zur Abgabe von nicht-finanziellen Informationen verpflichtet bin und die Angaben inhaltlich in den Antworten zu den jeweiligen Matrixfeldern enthalten sind.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert?

Im Unternehmen selbst war nur der Unternehmer beteiligt. Die Bilanz wurde aber in einem Peer-Prozess zusammen mit drei anderen Unternehmen (Brillenkammer, Carry Bottles und Reuter&Bobeth) sowie den beiden Leiterinnen der Peergruppe (Andrea Spormann, Urte Töpfer) erstellt.

Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Als Einzelunternehmer ohne relevante Finanzpartner und mit Großkunden im B2B-Bereich waren keine anderen Stakeholder am Prozess beteiligt

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

ca. 8 - 10 PT à 8 h (nicht genau erfasst)

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

n/a, siehe oben

Datum: 19. September 2022