

Gemeinwohl-Bericht

Jörn Wiedemann

Vollbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.1

Berichtszeitraum: 01.01.2021 bis 31.12.2022

Erstellungsdatum: 13.10.2023

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	Jörn Wiedemann
Rechtsform:	Freier Beruf
Website:	www.joernwiedemann.de
Branche:	Unternehmensberatung
Firmensitz:	Prem, Deutschland
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	0 Personen
Vollzeitäquivalente:	0 FTE
Saison- und Zeitarbeitende:	0 Personen
Umsatz:	79.947 €
Jahresüberschuss:	68.622 €

(Diese Werte beziehen sich auf das letzte Geschäftsjahr 2022.)

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: keine

Berichtszeitraum: 01.01.2021 bis 31.12.2022

Kurzpräsentation des Unternehmens

Beratung, Coaching und Training von Unternehmen, Organisationen und Kommunen zu den Themen nachhaltiges Wirtschaften, Organisations- und Personalentwicklung

Produkte / Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
GWÖ-Beratung	30
sonstige Beratung	38
Training/Lehraufträge	30
Coaching	2

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Ich bin zertifizierter GWÖ-Berater und -Referent.

Ich engagiere mich seit Ende 2010 intensiv in der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ).

Alle meine beruflichen Tätigkeiten richten sich an den Werten der GWÖ aus und zielen darauf ab unser gesamtes wirtschaftliches Handeln nachhaltiger zu gestalten.

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

Im Wesentlichen ist er eine Fortschreibung des letzten Berichtes. Größere Veränderungen hat es in der Zwischenzeit nicht gegeben.

Allerdings hatte die Corona-Krise erhebliche Auswirkungen, was einerseits zu Umsatzverlusten, andererseits zu deutlich weniger Reisetätigkeit in 2021 geführt hat.

Seit 2021 habe ich einen Lehrauftrag an der Hochschule Kempten. Im Rahmen dieser Tätigkeit betreute ich in jedem Sommersemester ein Praxisprojekt, in dem Master-Studierende gemeinsam mit Unternehmen Gemeinwohl-Bilanz erstellen.

Im Dezember 2022 habe ich außerdem die Ausbildung zum Auditor der Gemeinwohl-Ökonomie begonnen.

Dieser Bericht erfolgt nach dem Regelwerk der Gemeinwohl-Bilanz 5.0 als Vollbilanz.

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

Jörn Wiedemann, joern.wiedemann@ecogood.org



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



Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	Wiedemann Jörn
---------	----------------	-------------------	----------------

M5.0 Vollbilanz	01.01.2021 – 31.12.2022	Auditor*In: Regina Soergel
------------------------	--------------------------------	-----------------------------------

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Beberungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 10 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 40 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 20 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 70 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 70 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 10 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 70 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 70 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 60 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: J.
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 20 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 50 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 50 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 40 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 40 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 20 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 40 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 40 %

Testat gültig bis: **31.10.2025**

BILANZSUMME: 399

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

Hamburg, 27.10.2023

Bridget Knapper *Manfred Jotter*

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



A Lieferant*innen

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Produkte/ Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?
- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant*innen vorliegen?
- Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?
- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Berichtsantwort

Ausgaben für Mobilität

Aufgrund meiner ländlichen Region bewege ich mich fast ausschließlich mit dem Pkw. D.h. meine Ausgaben betreffen vor allem Diesel, hier dürften die Arbeitsbedingungen in der Zulieferkette bei allen Anbietern ähnlich sein. Der zweithöchste Posten sind routinemäßige Wartungsarbeiten. Diese werden alle von lokalen Werkstätten ohne Vertragsbindung an Großkonzerne durchgeführt. Die Arbeitsbedingungen dort, erscheinen mir gut. Insbesondere da ich bei diesen Betrieben praktisch keine Fluktuation feststellen kann.

Hotelkosten

Alle von mir besuchten Beherbergungsbetriebe sind familiengeführt oder gehören kirchlichen Trägern. Auf die Auswahl der Betriebe habe ich nur bedingt Einfluss, da die Kategorie meist vom Auftraggeber vorgegeben wird bzw. das Hotel vom Auftraggeber gebucht wird.

Im Regelfall erhalten die Angestellten einen Lohn der über dem örtlichen Mindestlohn liegt.

Wenn ich die Wahl habe, bevorzuge ich Hotels mit einer ökologischen und sozialen Zertifizierung.

Telefon und Internet

Mein Mobilfunkvertrag läuft über die Deutsche Telekom. Aufgrund der lückenhaften Netzabdeckung anderer Anbieter im ländlichen Raum, habe ich hier keine wirklichen Alternativen.

Mein Festnetz- und Internetlieferant ist O2 (Telefonica).
Beide Anbieter sind zumindest durch keine Probleme in der Zulieferkette aufgefallen.

Büromaterial und -geräte

Büromaterial kaufe ich ausschließlich bei Memo, einem nachhaltigen Handel für Bürobedarf. Hinsichtlich der Mitarbeiterkultur erscheint mir Memo als überdurchschnittlich. Genauerer Aufschluss gibt der <https://www.memo.de/documents/2258791/6950201/NHB-2017-2018/a6ddd1c1-63e6-4b0a-866a-f652beb7a86b>>Nachhaltigkeitsbericht (insbesondere S. 14-25). Im Berichtszeitraum habe ich meinen alten Laptop von Lenovo nach ca. sieben Jahren durch ein neues Gerät ersetzt. Ich bevorzuge Lenovo aufgrund der hohen Qualität und Langlebigkeit der Produkte. Der alte Laptop wird voraussichtlich noch etliche Jahre in der Familie für einfache Aufgaben weitergenutzt.'
Außerdem habe ich diverse Hardware gekauft um einen PC für die Video-Bearbeitung einzurichten, die Komponenten dafür habe ich erstmalig, auf Empfehlung eines Freundes bei Cyberport gekauft.
Keines meiner Bürogeräte, aber auch sonstige Elektrogeräte läuft im Stand-by-Betrieb. Alle Geräte werden nur bei Bedarf eingeschaltet.

(Fach)literatur

Seit 2013 kaufe ich neue Bücher, ausschließlich über Buch7.de, einem sozial-orientiertem Unternehmen oder im lokalen Buchhandel. Außerdem nutze ich zunehmend eBooks. Darüber hinaus versuche ich möglichst viele Bücher zu tauschen, zu leihen oder gebraucht zu erwerben.
Ein Teil der Kosten wird für Zeitschriftenabonnements aus der Nachhaltigkeitsbranche aufgewendet (z.B. Forum nachhaltig Wirtschaft, Enorm, CSR-Magazin).
Die Lieferkette im deutschen Buchhandel und Druckereigewerbe erscheint mir verhältnismäßig unproblematisch.

Steuerberatungskosten

Meine Buchhalterin führt selbständig eine kleine Kanzlei in Schongau. Sie nutzt Dienstleistungen einer weiteren Steuerkanzlei in Deutschland, deren Hauptlieferant die DATEV ist. Diese Lieferkette dürfte vollkommen unproblematisch hinsichtlich der Arbeitsbedingungen sein.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der zugekauften Produkte/ Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

2022:

Branche	Ausgaben (in €)
G - Groß- und Einzelhandel sowie Werkstätten für Kraftfahrzeuge (Anmerkung: Groß- und Einzelhandel nicht auf KFZ beschränkt)	3.200
I - Beherbergung und Gastronomie	2.000
N - Administrative und unterstützende Dienstleistungen	1.400
J - Information und Kommunikation	870
I - Beherbergung und Gastronomie	1.500
Übrige Lieferanten	3.930

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

2022: 100 %

2021: 100 %

Mir ist bewusst, dass ich keine vollständige seriöse Beurteilung der Lieferkette, insbesondere bei den Elektronik-Produkten, vornehmen kann. Geringe Risiken sehe ich deshalb bei Lenovo (Laptop) und Samsung (Handy), gehe aber davon aus, dass auch bei diesen Unternehmen die Arbeitsbedingungen im Branchenvergleich eher überdurchschnittlich sind. Quellen: <https://www.lenovo.com/de/de/about/social-impact><https://www.samsung.com/de/sustainability/labor-and-human-rights/>

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt A1.1

Es gab keine wesentlichen Veränderungen.

Verbesserungspotenziale/Ziele: derzeit keine

A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

Berichtsantwort

Ich kann keine besondere Gefährdung in den o.g. Produktgruppen erkennen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant sind

2022: 20 %

2021: 20 %

Das größte Risiko sehe ich bei den Öl-Konzernen. Deshalb setze ich hier den Schätzwert von 20 % pro Jahr, so lange bis ich keinen Diesel mehr benötige.

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch unbedenklich sind

2022: 80 %

2021: 80 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ich sehe hier keine Verbesserungsmöglichkeiten.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?
- Wie zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Berichtsantwort

Als Einzelunternehmen habe ich im Regelfall keine Preissetzungsmöglichkeit. Deshalb achte ich bei der Beschaffung auf soziale und ökologische Kriterien. Nach meinem Kenntnisstand wird bei allen wesentlichen Ausgabenpositionen über dem Mindestlohn bezahlt. Mir sind keine ethisch bedenklichen Verhaltensweisen bekannt.

Meine Geschäfts- und Vertragsbeziehung erhalte ich nach Möglichkeit dauerhaft. Keiner meiner wesentlichen Lieferanten wurde in den letzten sieben Jahren ausgetauscht. Ein Nachweis über die Dauer der Geschäftsbeziehungen ist erst seit 2012 (Beginn der Selbständigkeit) möglich.

Um die Wertschöpfung meiner Lieferant*Innen beurteilen zu können benötige ich Informationen, die mir derzeit nicht zugänglich sind.

Durch gelegentlich Gespräche mit Inhabern oder Geschäftsführer, versuche ich ein zunehmendes Bewusstsein für die sozialen Belange zu beeinflussen.

Meine Lieferant*Innen wissen im Regelfall von meiner nachhaltigen Ausrichtung. Soziale Aspekte fließen in die jährlichen Gespräche mit ein.

Verifizierungsindikatoren

Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen

2022: 9 Jahre

2021: 8 Jahre

Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant*innen

Das kann ich nicht seriös abschätzen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ich sehe hier keine Verbesserungsmöglichkeiten.

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

Berichtsfragen

- Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Berichtsantwort

Als Selbständiger habe ich kaum Möglichkeiten Unternehmen zu beeinflussen. Möglich ist mir das meines Erachtens überhaupt nur dort, wo ich in persönlichen Kontakt mit Entscheidern komme. Bezugnehmend auf die Lieferantentabelle thematisiere ich diese Aspekte vor allem in den Beherbergungsbetrieben. Da ich überwiegend in Betrieben bin, in denen ethische Werte eine Rolle spielen, stoße ich hier durchaus auf offene Ohren. Hier ist das Potential nach oben aber meist auch stark begrenzt.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt

2022: 0 %

2021: 0 %

Meines Wissens gibt derartige Labels in diesen Branchen derzeit nicht.

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

2022: 0 %

2021: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

A2.3 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant*innen, und wie wird sie eingesetzt?
- Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?
- Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

Berichtsantwort

Ich besitze keine „Marktmacht“ und habe keine Möglichkeit Zahlungs- und Lieferbedingungen zu beeinflussen. Es gab keine Beschwerden hinsichtlich dieses Aspektes.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?
- Welche Arten von Energie und Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?
- Nach welchen Kriterien werden Rohwaren, Produkte, Dienstleistungen ausgewählt?
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

- Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?
- Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?
- Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Berichtsantwort

Die größten ökologischen Auswirkungen meines unternehmerischen Handels entstehen durch meine Reisen und Übernachtungen. Da ich mich inzwischen ganz überwiegend im ländlichen Raum und in kleineren Orten bewege, ist das Reisen mit öffentlichen Verkehrsmitteln nicht mehr mit vertretbarem Aufwand zu rechtfertigen.

Beispiel: Von Prem nach Bruneck benötige ich mit dem Pkw ca. 3 Stunden. Mit öffentlichen Verkehrsmitteln würde ich dafür 5-6 Stunden benötigen. Ein Mix aus Pkw und ÖPNV würde immer noch zu mindestens vier Stunden reiner Fahrtzeit führen. Eine Rückreise am Abend wäre aber oft gar nicht mehr möglich.

Wenn ich selbst meine Übernachtung buchen kann, achte ich auf kurze Wege und ökologische Ausrichtung des Beherbergungsbetriebs, sofern ich eine Wahlmöglichkeit habe. Im Regelfall besuche ich mittelständische Betriebe ohne energieaufwändigen Luxus (SPA, Freiluftpool o.ä.).

Bei IT-Produkten sehe ich derzeit leider kaum Alternativen bei der Beschaffung von Neuware. Deswegen setze ich möglichst auf Qualität um wenigsten die Langlebigkeit und Reparierfähigkeit zu fördern.

Verifizierungsindikatoren

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

2022: 30 %

2021: 30 %

vorsichtige Schätzung

Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen

2022: 20 %

2021: 20 %

vorsichtige Schätzung auf Basis der vorliegenden Nachhaltigkeitsberichte (siehe Anlage "Lieferantentabelle")

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

Berichtsantwort

Ich sehe außer bei der Mobilität keine unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen im Rahmen meiner Tätigkeit.

Verifizierungsindikatoren

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

2022: 20 %

2021: 20 %

Grobe Schätzung, die alleine aufgrund des Dieserverbrauchs als angemessen empfinde.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?
- Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?

- Wie zufrieden sind Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

Berichtsantwort

Ich habe praktisch keine Möglichkeit mein Einkaufsverhalten gegenüber meinen Lieferanten zu kommunizieren.

Bei direkter Kommunikation oder Kundenbefragungen nutze ich jede Gelegenheit um ökosoziale Themen anzusprechen.

Sollte ich bei einem Lieferanten Bemühungen zu mehr Nachhaltigkeit wahrnehmen gebe ich immer positives Feedback um diese Haltung zu bestärken.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Berichtsantwort

Da meine Zulieferkette sowohl sehr überschaubar ist und meine eingekauften Produkte und Dienstleistung ganz überwiegend in Deutschland bezogen werden, sehe ich hier praktische keine Möglichkeiten auf meine Lieferant*innen einzuwirken.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt

2022: 0 %

2021: 0 %

So ein Label gibt es meines Wissens in keiner der von mir genutzten Branchen. Einzig eine Gemeinwohl-Bilanz würde ich hier als gleichwertig ansetzen.

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

2022: 0 %

2021: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Berichtsfragen

- Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?
- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?

Berichtsantwort

Als Freiberufler führe ich keine Bilanz. Es wird deshalb auch kein Eigenkapital ausgewiesen.

Allerdings habe ich keinerlei betriebsbedingten Verbindlichkeiten. Ich bin also zu 100 % eigenfinanziert.

Verifizierungsindikatoren

Eigenkapitalanteil

2022: 100 %

2021: 100 %

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

2022: 80 %

2021: 80 %

Schätzung für freiberufliche solselbständige Unternehmensberater*innen. Diese Schätzung beruht aber auch auf etlichen Aussagen befreundeter Kolleg*innen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Berichtsfragen

- Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?
- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Berichtsantwort

Es gibt keinerlei Kredite.

Verifizierungsindikatoren

Fremdkapitalanteil

2022: 0 %

2021: 0 %

Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Berichtsfragen

- Welche Finanzpartner*innen hat das Unternehmen?
- Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Berichtsantwort

Meine private Bankverbindung unterhalte ich bei der gemeinwohlorientierten Sparda-Bank München, sowie bei der örtlichen Raiffeisenbank Steingaden.

Dort unterhalte ich jeweils ein Girokonto, das ich überwiegend für private Ausgaben nutze.

Meine geschäftliche Bankverbindung unterhalte ich bei der nachhaltig orientierten

Triodos-Bank. Hier wird ausschließlich der beruflich bedingte Zahlungsverkehr abgewickelt.

Bei keiner der Banken habe ich Dispokredite oder ähnliches.

Leider gibt es bis jetzt (noch) keine ethisch orientierten Produkte in der Versicherungsbranche für betriebliche Belange.

Allerdings sind derzeit sämtliche Versicherungsprodukte der Privatsphäre zuzurechnen. Lediglich bei der Kfz-Versicherung (VHV) gib es einen beruflichen Anteil.

Verifizierungsindikatoren

Bis zu drei wesentliche Finanzpartner*innen; jeweils Partnerinstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen) mit dem Partnerinstitut

2022:

Partner*inneninstitut	Finanzprodukt	Geschäftsumfang (Jahresvolumen) (in €)
Sparda-Bank München eG	Girokonto	40.000
Raiffeisenbank Steingaden	Girokonto	6.000
Triodos-Bank Deutschland	Girokonto	80.000

Die Zahlen beziehen sich auf den "Umsatz" (nicht auf Kontostände).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Berichtsfragen

- Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden, und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?
- Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Berichtsantwort

„Notwendige Zukunftsausgaben“ sind für Selbständige meines Erachtens vor allem die Alters- und Krankenvorsorge, sowie in meinem Fall die Anschaffung eines Pkw nach ca. acht Jahren. Eine frühzeitig aufgebaute, diversifizierte Kapitalanlage ist deshalb sehr wichtig. Im Gegensatz zu Unternehmen wird diese allerdings der Privatsphäre zugerechnet und wäre deshalb im Rahmen der Gemeinwohlbilanz nicht berichtspflichtig.

Um dieser Schwierigkeit, aber auch der Wichtigkeit des Themas Rechnung zu tragen, versuche ich dennoch hier einige Aspekte darzustellen.

Meine Ansprüche an eine Kapitalanlage sind Inflationsausgleich + 1% Rendite, überschaubares Risiko, sowie teilweise Flexibilität:

Deshalb setze ich in erster Linie auf die selbst genutzte Immobilie, aus der Historie heraus, auf klassische Renten- und Lebensversicherungsprodukte, Kontenguthaben, sowie alternative Anlageprodukte.

Verifizierungsindikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit

2022: 71.665 €

2021: 58.500 €

Gesamtbedarf Zukunftsausgaben

2022: 37.000 €

2021: 37.000 €

siehe Tabelle Zukunftsausgaben

Getätigter strategischer Aufwand

2022: 1.600 €

2021: 0 €

2022: Anschaffung Laptop+Zubehör

Anlagenzugänge

2022: 2.000 €

2021: 0 €

Zuführung zur Rücklage

2022: 0 €

2021: 0 €

Aufgrund der beiden Pandemie-Jahre war es mir auch 2022 nicht möglich eine Rücklage zu bilden. Letztlich bilden sich allerdings erhebliche stille Rücklagen in meinem privaten Vermögen.

Auszuschüttende Kapitalerträge

2022: 0 €

2021: 0 €

Auszuschüttende Kapitalerträge in % vom Stamm- oder Grundkapital

2022: 0 %

2021: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Aufbau einer Rücklage für Zukunftsausgaben. (Realistisch ab einem Jahresumsatz von ca. 80.000 €)

B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmittel

Berichtsfragen

- Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?
- Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?
- Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt?

Berichtsantwort

Es gibt keine negativen Aspekte.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen

Berichtsfragen

- Welche Sanierungsziele an/ in den eigenen Anlagen haben soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt, und welche Förderprogramme können genutzt werden?
- Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?
- Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

Berichtsantwort

Es gab außer dem Laptop keine "Investitionen".

In 2023 werde ich meine Ölheizung gegen eine kombinierte Scheitholz-und Pellets-Heizung austauschen. Die Investition ist aber voll der Privatsphäre zuzurechnen, auch wenn sie einen erheblichen Einfluss auf die ökologische Qualität meines Arbeitszimmers hat.

Verifizierungsindikatoren

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs

Realisierung der ökologischen Sanierung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen

Berichtsfragen

- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?
- Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

Berichtsantwort

Es gab im Berichtszeitraum keinerlei Veranlagungen. Mittelüberschüsse werden dazu verwendet private Verbindlichkeiten für die Immobilie zu tilgen.

Verifizierungsindikatoren

Finanzierte Projekte

Fonds-Veranlagungen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfragen

- Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?
- Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung, und welche Wirkung wird damit erreicht?
- Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Berichtsantwort

Da ich keine Veranlagungen habe, gibt es auch keine Abhängigkeiten.

Auch mein Geschäftsmodell ist nicht wirklich abhängig von bedenklichen Ressourcen, wenn auch der Dieserverbrauch noch eine gewisse Rolle spielt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?

- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert, und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?
- Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?
- Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?

Berichtsantwort

Keine Relevanz für EPU/freie Berufe.

Verifizierungsindikatoren

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

Berichtsfragen

- Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?
- Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

Berichtsantwort

Keine Relevanz für EPU/freie Berufe.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C Mitarbeitende

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Berichtsfragen

- Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?

- Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?
- Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Berichtsantwort

Als Selbständiger kann ich meine Zeit vollkommen frei einteilen. Im Regelfall arbeite ich weniger als 40 Stunden in der Woche. Ich arbeite zu ca. 40 % zuhause, ca. 40 % beim Kunden, die restliche Arbeitszeit verteilt sich auf andere Orte und Fahrtzeiten.

Ca. 12 Stunden pro Monat arbeitete ich für die Gemeinwohl-Ökonomie ehrenamtlich um die GWÖ in meiner Region und den angrenzenden Bundesländern bekannter zu machen.

Darüber hinaus wende ich relativ viel Zeit für die Mitarbeit in diversen Arbeitskreisen und für das Mentoring von neuen Berater*innen auf.

Im gesamten August und ca. von 20. Dezember bis 7. Januar arbeite ich generell nicht.

Insgesamt hatte ich ca. acht Wochen arbeitsfreie Zeit im vergangenen Jahr.

Verifizierungsindikatoren

Fluktuationsrate

2022: 0 %

2021: 0 %

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Anzahl an Bewerbungen auf Stellenausschreibungen

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Anzahl an Initiativbewerbungen

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Anzahl an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Regelmäßigkeit von Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitender Person bzw. nach Führungsebene

2022:

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Auditor*innen-Ausbildung		16

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Berichtsfragen

- Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?
- Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein, und welche Maßnahmen werden zu ihrem Schutz getroffen?

Berichtsantwort

Besondere Arbeitsschutzmaßnahmen sind in meinem Arbeitsumfeld nicht nötig. In meinem Büro habe ich einen ergonomisch eingerichteten Arbeitsplatz mit sehr guter Beleuchtung, Tageslicht und Blick ins Grüne. Ich hatte in den letzten beiden Berichtsjahren keine Krankheitstage.

Zusätzlich habe 2022 einen Stehtisch und eine Matte erworben um weniger im Sitzen zu arbeiten. Dies hat meine sitzende Tätigkeit um 1-2 Stunden täglich reduziert.

Verifizierungsindikatoren

Gesundheits-/ Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)

2022:

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
54	100/0

Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

Es gab keine Betriebsunfälle.

In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Berichtsfragen

- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?
- In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen, und was wird dagegen getan?
- Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Berichtsantwort

=== Text automatisch aus vorheriger Bilanz übernommen ===

entfällt bei EPU

Verifizierungsindikatoren

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (z.B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/ psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen

In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/ Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro mitarbeitender Person

Gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)

Karenzdauer von Müttern

Karenzdauer von Vätern

Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/ Fluktuationen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Anmerkungen zur Selbsteinschätzung:

Trifft nicht zu.

C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?
- Welche Rückmeldungen dazu gibt es im Betriebsrat bzw. in der Personalabteilung?
- Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

Berichtsantwort

Verifizierungsindikatoren

Statement von Betriebsrat und/ oder Personalabteilung zu diesen Fragen

Gerichtsprozesse/ Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab

Anzahl/ Inhalt der Beschwerden von Seiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Berichtsfragen

- Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten, und wie transparent sind die zugrunde liegenden Konditionen?
- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Berichtsantwort

Innerhalb des Terra-Instituts haben wir die Möglichkeit selbst zu entscheiden, in welche Projekte wir uns in welchem Umfang einbringen können. Unsere Ertragsteilung ist vollkommen transparent und nachvollziehbar. Einen Teil meiner Honorare verhandle ich selbst. Nach meinem Gefühl erziele ich Honorare im oberen Durchschnittsbereich und bin damit sehr zufrieden.

Ich strebe ca. 80 bezahlte Tage im Jahr an. Im Jahr 2022 war ich mit meiner Auslastung sehr zufrieden. 2021 war, bedingt durch die Pandemie, ein deutlich schwächeres Jahr.

Verifizierungsindikatoren

Höchstverdienst

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Mindestverdienst

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst)

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Medianverdienst

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

2022:

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Allgäu/Oberbayern	1.800

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Berichtsfragen

- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?
- Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?

- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Berichtsantwort

=== Text automatisch aus vorheriger Bilanz übernommen ===

Meine Arbeitszeit gestalte ich entweder in Absprache mit Kunden und Kollegen oder, in den meisten Fällen vollkommen selbständig. Zuhause achte ich auf regelmäßige und großzügig Pausen und ausreichend Bewegung. Für meine berufliche Tätigkeit wende ich im Regelfall nicht mehr als 35 Stunden pro Woche auf.

Verifizierungsindikatoren

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z.B. 38 Stunden)

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Tatsächlich geleistete Überstunden

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

Berichtsfragen

- Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
- Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Berichtsantwort

=== Text automatisch aus vorheriger Bilanz übernommen ===

Nach meinem Gefühl habe ich eine sehr gutes Gleichgewicht zwischen beruflicher Tätigkeit und allen anderen Lebensbereichen gefunden. Ich bin letztlich allein dafür verantwortlich wann und wieviel ich arbeite. Ich habe ausreichend Zeit für meine sonstigen Interessen, Familie und Freunde.

Verifizierungsindikatoren

Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Anzahl der Führungskräfte/ Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z.B. Teilzeit, Jobsharing)

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

- Kann für alle Mitarbeitenden ein „lebenswürdiger Verdienst“ sichergestellt werden, und falls nicht, was sind die Gründe dafür?
- Welche Rolle spielt die „investierte“ Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?
- Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung (z.B. Schüler*innen, Auszubildende, Praktikant*innen, Werkstudent*innen) gerechtfertigt?
- Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z.B. bei Saisonarbeit), und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?
- Wie viel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

Berichtsantwort

Verifizierungsindikatoren

Gewinn

2022: 68.622 €

2021: 56.151 €

Höchstverdienst

Mindestverdienst

Standortabhängiger „Lebenswürdiger Verdienst“

2022:

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Allgäu/Oberbayern	1.800

Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden)

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Mitarbeitendenanzahl

2022: 0

2021: 0

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Anzahl der Pauschalverträge

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Anzahl der Null-Stunden-Verträge

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Anzahl der Zeitarbeitenden

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Mindestvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Anteil von befristeten Arbeitsverträgen

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Berichtsfragen

- Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz, und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?
- Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/ Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z.B. direkt vom Bauernhof, ein Obstkorb)?

Berichtsantwort

Wenn ich meine Ernährung selbst beeinflussen kann, dann achte ich auf Regionalität (ca. 60 % der Lebensmittel), Bio-Zertifizierung bzw. Selbstversorgung (ca. 80 % der Lebensmittel) und Saisonalität (ca. 80 % der Lebensmittel). Ich kaufe, wo möglich, nur Bio-Ware und bevorzuge saisonale Angebote.

Den Fleischanteil an meiner Ernährung schätze ich auf ca. 30 %. Diesen beziehe ausschließlich aus regionaler Erzeugung von Bauern, denen das Tierwohl am Herzen liegt.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

2022: 80 %

2021: 80 %

Individuelle Indikatoren

Fleisch-Anteil in der Ernährung

Weniger als durchschnittlich 60 g pro Tag.

Die Deutschen Gesellschaft für Ernährung empfiehlt für eine vollwertige Ernährung mit einem maßvollen Verzehr von nicht mehr als 300–600 g Fleisch und Wurstwaren pro Woche.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Berichtsfragen

- Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
- Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?
- Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

Berichtsantwort

Ca. 50 % meiner Arbeitszeit verbringe ich zuhause mit gar keinem Mobilitätsaufwand. Den Rest der Zeit verbringe ich beim Kunden was bei mir zu 90 % Fahrten mit dem Pkw ausmachen. Meinen Durchschnittsverbrauch habe ich seit 2020 auf 5,1l Diesel pro 100 km optimiert.

Zu besseren Kontrolle vergleiche ich seit einiger Zeit das Verhältnis von gefahrenen Kilometern und Umsatz.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß

2022:

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	0
Rad	0
PKW	99
Öffentliche Verkehrsmittel	1
Summe	100

2021:

Verkehrsmittel	Anteil (in %)
zu Fuß	0
Rad	0

PKW	99
Öffentliche Verkehrsmittel	1
Summe	100

Individuelle Indikatoren

€-Umsatz pro Kilometer

Jahr	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
€/km	9,10	4,37	2,60	2,61	3,58	6,22	6,25

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Umstellung auf Emissionsfreien Antrieb (frühestens nach Ablauf der Abschreibungsfrist ab 2027)

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse

Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?
- Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?
- Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

Berichtsantwort

=== Text automatisch aus vorheriger Bilanz übernommen ===

Ökologische Prozesse, Produkte und Unternehmensstrategie sind mein berufliches Hauptbetätigungsfeld. Alle meine Kunden wissen um mein Engagement für eine Transformation unserer Wirtschaft.

Verifizierungsindikatoren

Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten

2022: 100 %

2021: 100 %

Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C3.4 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfragen

- Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

Berichtsantwort

Keines der aufgeführten Negativkriterien trifft zu.

Es gibt Geschäftsfahrzeuge der sogenannten Oberklasse (>180g/km CO₂)

2022: Nein

2021: Nein

Regeln, die ökologischer Nachhaltigkeit entgegenstehen

Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist

Konsumangebote mit hohem Verpackungsanteil trotz möglicher Alternativen

Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte

Im Betrieb ist ein nachlässiger Umgang mit Abfällen sichtbar, z.B. keine Abfalltrennung (Hausmüll, Betriebsabfälle, Schrott ohne Trennung in Materialien etc.)

2022: Nein

2021: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Berichtsfragen

- Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?
- Wie leicht/ schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?
- Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?
- Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

Berichtsantwort

Da ich keine Mitarbeiter beschäftige kann ich Transparenz nur nach außen darstellen, was ich mit diesem Bericht mache.

Verifizierungsindikatoren

Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Berichtsfragen

- Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?
- Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?
- Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

Berichtsantwort

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/ Gespräch/ Mitgestaltung/ Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

- Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?
- Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?
- Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

Berichtsantwort

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung getroffen werden

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfragen

- Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?
- Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?
- Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?

Berichtsantwort

Verifizierungsindikatoren

Betriebsrat: vorhanden/ nicht vorhanden

Betriebsrat vorhanden: seit wann?

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D Kund*innen und Mitunternehmen

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Berichtsfragen

- Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?
- In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?
- Wie wird auf Kund*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

Berichtsantwort

In meiner selbständigen Tätigkeit verwende ich keine offensive Werbung. Meine/unsere Kunden erreichen wir hauptsächlich über Empfehlungen und Mundpropaganda. Im Berichtszeitraum erhielt ich alle meine Aufträge über Kooperationspartner, Empfehlungen oder durch Eigeninitiative der Kunden. Ich schließe Massenmailings, Serienbriefe, „Telefonaktionen“ oder ähnliches kategorisch aus. Auch nutze ich keine Vermittler oder andere Verkäufer.

Meine Stundensätze liegen mit 150 bis 250 Euro, meine Tagessätze mit 1400 bis 2000 € im Durchschnitt im deutschsprachigen Raum. Meine Kunden können diese Sätze im Regelfall gut nachvollziehen. Vor- und Nachbereitungszeiten werden je nach Art und Aufwand des Projektes vergütet.

Projekte und Dienstleistungen werden immer mit dem Kunden zusammen abgestimmt und auf die jeweiligen Bedürfnisse angepasst. Ich nutze keine Standardprodukte auch Trainings werden individuell (methodisch und inhaltlich) mit den Kunden abgestimmt. Nach Abschluss der Projekte wird mittels Feedback-Gesprächen bzw. Fragebögen die Kundenzufriedenheit und Verbesserungspotentiale ermittelt.

Beziehungen zu Kunden aus ethisch bedenklichen Branchen unterhalte ich nicht. Meine Kunden kommen ganz überwiegend aus dem Mittelstand, vorwiegend aus den Branchen Lebensmittelherstellung und –handel, soziale Dienste, Regionalbanken, Handwerk und nachhaltiges Bauen, sowie öffentliche Träger.

Über mein/unser Angebot informiert ausführlich unsere Website <http://www.terra-institute.eu/>, <http://www.joernwiedemann.de> sowie Social Media-Seiten wie z.B. LinkedIn.

Verifizierungsindikatoren

Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen

Es gibt kein Marketingbudget.

Fixe Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Umsatzabhängige Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

Es gibt keine Mitarbeitenden.

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/ nein?

2022: Nein

2021: Nein

Individuelle Indikatoren

Umsatzanteil von Nachhaltigkeitsprojekten

	2019	2020	2021	2022
in % vom Umsatz, netto	32,8	45,8	48,4	58,7

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D1.1

Keine Veränderungen

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D1.2 Barrierefreiheit

Berichtsfragen

- Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?
- Welche benachteiligten Kund*innengruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?

- Wie wird benachteiligten Kund*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen erleichtert?
- Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlangagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer*innen erhalten?

Berichtsantwort

Zugang zu meinen Dienstleistungen erhalten meine Kunden ganz überwiegend über Mundpropaganda. Ein weiterer Zugang ist meine bzw. unsere Website. Eine mögliche Barriere wäre hier eine Sehbehinderung eines Kunden. Für diesen außergewöhnlichen Fall lohnt es sich leider nicht eine Vorlesefunktion oder Braille-Ausgabe zu installieren.

Eine weitere Barriere für kleine und/oder nicht gewinn-orientierte Kunden könnten unsere Honorare sein, die wir stets versuchen an die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Kunden anzupassen.

Verifizierungsindikatoren

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innengruppen gekauft wird

2022: 12 %

2021: 4 %

"Benachteiligte Kundengruppen" sind hier gemeinnützige oder Organisationen ohne Gewinnerzielungsabsicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfragen

- Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?
- Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Berichtsantwort

Es gibt keine unethischen Werbemaßnahmen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische Kampagnen entfallen

Es gibt keine Werbeausgaben.

Anteil der Werbeausgaben, die auf unethische Kampagnen entfallen

2022: 0 %

2021: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?
- Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?
- In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?
- Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

Berichtsantwort

Ich tausche mich regelmäßig mit befreundeten Kollegen aus. An den Vernetzungstreffen der Gemeinwohl-Berater habe ich sowohl 2021, als auch 2022 teilgenommen. Darüber hinaus nahm ich an der GWÖ-Woche und der bayerischen Unternehmenskonferenz der GWÖ teil. Mit meinen Kollegen vom Terra-Institut habe ich mich im Rahmen von mehreren mehrtägigen und eintägigen Klausuren ausgetauscht.

Vortrags- und Schulungsunterlagen gebe ich auf Anfrage weiter.

Kooperationsprojekte wurden mehrfach durchgeführt. So habe ich beispielsweise bei sämtlichen Peer-Prozessen in den vergangenen zwei Jahren Hospitationen für neu zertifizierte GWÖ-Berater angeboten. Bei diversen Projekten habe ich Kollegen in der Startphase unterstützt.

Marketingmaßnahmen ergreife ich gar nicht. Gemeinsam mit meinen Kollegen stimme ich lediglich unseren gemeinsamen Webauftritt und Präsentationsunterlagen ab.

Verifizierungsindikatoren

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – in Stunden/ Jahr?

kann ich seriös nur schwer schätzen

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – als %-Anteil?

2022: 20 %

2021: 20 %

Schätzung

Wie viel Prozent von Zeit/ Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/ erzielt?

2022:

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	40	30.000
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen	15	1.700
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe	0	0

2021:

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	35	34.000

Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen	10	1.400
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe	0	0

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

2022:

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Nein

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

2021:

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Nein

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D2.1

Zusätzlich habe ich in einem Arbeitskreis zur Qualitätssicherung der GWÖ-Berater*innen und -Referent*innen mitgewirkt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

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

Berichtsantwort

Als Mitunternehmen in diesem Sinne begreife ich andere Trainings- und Beratungsunternehmen, sowie Freiberufler in denselben Branchen. Allerdings auch meine selbständigen Kollegen innerhalb des Terra-Instituts.

Da in unserer Branche ganz überwiegend Selbständige arbeiten, ist die Weitergabe von Arbeitnehmern praktisch unmöglich.

Aufträge an andere Unternehmen (außerhalb des Terra-Institutes) wurden bisher noch nicht weitergegeben, da einige meiner direkten Kollegen selbst noch keine Vollausslastung haben. Gegenseitige Hilfe im Krankheitsfall oder ähnlichen Fällen ist für mich allerdings eine Selbstverständlichkeit.

In sechs Projekten zur Gemeinwohl-Bilanzierung (2 Hochschulprojekte, 3 Peer-Groups, ein Bilanzierungsprojekt) habe ich erfolgreich mehrere Kolleg*innen zur Mitarbeit eingeladen.

Der Austausch von Finanzmitteln spielt in der Beratungs- und Trainingsbranche keine Rolle, da diese nur wenig Kapital erfordert.

Verifizierungsindikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

keine Weitergabe von Arbeitskräften oder -stunden.

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Keine Weitergabe. Meine eigene Auftragslage war zumindest in 2021 prekär.

Wie hoch ist die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Keine Weitergabe.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?

- Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern, und wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

Berichtsantwort

=== Text automatisch aus vorheriger Bilanz übernommen ===

Ich habe keinerlei Marktmacht.

Verifizierungsindikatoren

Findet ein wertender Vergleich (besser/ schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt?

2022: Nein

2021: Nein

Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?

2022: Nein

2021: Nein

Werden geheime/ verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?

2022: Nein

2021: Nein

Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kund*innen oder Produzent*innen in der Unternehmensstrategie verankert?

2022: Nein

2021: Nein

Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/ Forschung/ Innovation blockieren könnten bzw. sollen?

2022: Nein

2021: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

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

Berichtsfragen

- Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?
- Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?
- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?
- Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

Berichtsantwort

Meine Dienstleistungen erzeugen kaum negative ökologische Auswirkungen. Im Rahmen der Logistik entsteht allerdings ein nachvollziehbarer ökologischer Fußabdruck.

Bei der Auswahl von Tagungsorten achte ich auf leichte Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln und kurze Wege. Tagungsverpflegung sollt möglichst regional und öko-zertifiziert sein. Vegetarische bzw. vegane Gerichte sollten immer zum Angebot gehören. Anbieter mit Standards, wie „Green Meeting“ oder „Bio-Hotels“ werden bevorzugt.

Wenn ich Veranstaltungsorte und -verpflegung nicht selbst organisiere, versuche ich die Veranstalter zur Berücksichtigung der oben genannten Kriterien zu bewegen.

Beschleunigt durch die Pandemie hat die Anzahl der Online-Veranstaltungen massiv zugenommen. Dies hat zu einer Bewusstseins-Änderung bei sämtlichen Akteuren geführt. Ich gehe davon aus, dass digitale Angebote auch zukünftig verstärkt akzeptiert werden. Dadurch wird sich ein starke Verbesserung des CO²-Fußabdrucks ergeben.

Den größten Teil meiner Kunden erreiche innerhalb eines Radius von 100 km, über 80 % meines Umsatzes erzeuge ich innerhalb von einem Radius von 200 km. Derzeit habe ich nur ein Projekt, dass weiter als 200 km von mir entfernt ist. (siehe Anlage "Kunden entfernung")

Der Unternehmenszweck ist „Teil der (ökologischen und sozialen) Lösung zu sein, statt Teil des Problems“. Gegenüber Kunden werden deshalb die nachhaltigen Aspekte des unternehmerischen Handelns immer thematisiert.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D3.1**

Verbesserungspotenziale/Ziele:

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

Berichtsfragen

- Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?
- Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?
- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?
- Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?
- Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

Berichtsantwort

Fragen der Suffizienz sind inhärenter Bestandteil meiner Arbeit. Genau dieser Ansatz ist aber auch sowohl in Unternehmen, als auch bei den Menschen am schwersten zu platzieren.

Im Trainings- und Beratungsbereich heißt das, dem Kunden nicht mehr „Tage“ zu verkaufen als nötig. Wo sinnvoll, biete ich auch nur stundenweise Unterstützung an.

Das heißt die Frage „Wann ist genug genug?“ ist sowohl in meine Beratungs-, als auch meine Trainingsarbeit integriert.

Im Trainings- und Beratungsbereich biete ich inzwischen immer sogenannte "blended" Formate an. Ein flexible Kombination von digitalen und Präsenzmaßnahmen. Dies wird allgemein gut angenommen und wird auch in Zukunft zu einer deutlichen Verringerung des ökologischen Fußabdrucks führen.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:
Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt D3.2**

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D3.3 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?
- Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

Berichtsantwort

Es gibt keine unverhältnismäßig hohen ökologischen Auswirkungen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Berichtsfragen

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?
- Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen entwickelt?
- Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Berichtsantwort

Meine Dienstleistungen werden ausschließlich in Abstimmung mit unseren Kunden angeboten.

Neben der individuellen Abstimmung, veranstalten wir einmal im Jahr die „Terra Experience Days“, bei dem wir uns mit einem ausgewählten Kreis von Kunden, Nichtkunden und Kooperationspartner zu Schwerpunktthemen austauschen. Im Mittelpunkt steht dabei der Wunsch nach gemeinsamen Lernen und Erfahrungsaustausch.

Weitere Wünsche und Anregungen von Unternehmen nehme ich im Rahmen von Unternehmens-Konferenzen und Interviews auf.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund*innen entstanden sind

2022: 10 %

2021: 5 %

Grobe Schätzung.

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

Nicht seriös schätzbar.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D4.2 Produkttransparenz

Berichtsfragen

- Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?
- Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?
- Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?
- Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

Berichtsantwort

Ich biete keine materiellen Produkte an. Der Umfang meiner Dienstleistungen, sowie mein Honorar und sämtliche Spesen sind für alle Kunden transparent und werden im Annäherungsprozess besprochen und verhandelt.

Sollten Lizenzgebühren o.ä. das Honorar beeinflussen, werden sie gesondert ausgewiesen.

Auch meine zehnpromtente "Bewegungsabgabe" an die Gemeinwohl-Ökonomie mache ich immer transparent.

Verifizierungsindikatoren

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

Nur Dienstleistungen.

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

2022: 100 %

2021: 100 %

Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen

2022:

Nicht seriös schätzbar.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfragen

- Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund*innen oder die Umwelt?
- Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

Berichtsantwort

Im Rahmen meiner Tätigkeit werden keine Gefahrenstoffe, abgesehen vom Diesel, verwendet.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes)

2022: 0 %

2021: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E Gesellschaftliches Umfeld

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

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

Berichtsfragen

- Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe weiterführende Informationen) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?
- Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?
- In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
- Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Berichtsantwort

Mein Haupt“produkt“ „Beratung für nachhaltiges Wirtschaften“ ist nichts anderes als das Umsetzen der Werte der GWÖ in der Wirtschaft. Beim Kunden ist die Gemeinwohl-Bilanz für mich DAS bevorzugte Werkzeug um nachhaltig eine werte-orientierte Firmenstrategie umzusetzen.

Die Mission des Terra-Instituts fängt mit folgenden Worten an: „Das übergeordnete System, dem wir uns verbindlich verpflichten, ist die Erde. Unseren Auftrag sehen wir darin, Menschen und Systeme an das Netz des Lebendigen rückzuverbinden und neue Geschichten über die Rolle der Wirtschaft zu schreiben und zu verbreiten. Wir wollen eine Systemveränderung vorantreiben und Unternehmen darin befähigen, Teil der Lösung zu sein und nicht mehr Teil des Problems...“

Da wir im Regelfall keine Dienstleistungen für Privatkunden anbieten ist die Beurteilung an „Grundbedürfnissen“ (z.B. nach Neef/Rosenberg oder Maslow) nicht sehr hilfreich. Lediglich das Grundbedürfnis „Lebenserhaltung“ ist ganz sicher in unserer Mission zu finden.

Einfacher ist das Beurteilen unserer Dienstleistung, wenn man die „Sustainable Development Goals (SDGs)“ der UN zur Rate zieht.

Eine Überblick wie sich meine Tätigkeit auf die SDGs positiv auswirkt, habe ich als Anlage beigefügt.

Verifizierungsindikatoren

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Grundbedürfnisse

Ein seriöse Angabe ist m.E. hier nicht möglich.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Bedürfnisse nach Statussymbolen bzw. Luxus

2022: 0 %

2021: 0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Menschen

2022: 50 %

2021: 50 %

grobe Schätzung auf Basis meiner Tätigkeit als Trainer und Coach.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Erde/ Biosphäre

2022: 100 %

2021: 100 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes zur Lösung gesellschaftlicher oder ökologischer Probleme laut UN-Entwicklungszielen

2022: 100 %

2021: 100 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Mehrfachnutzen bzw. einfachem Nutzen

2022: 90 %

2021: 90 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit hemmendem bzw. Pseudo-Nutzen

2022: 10 %

2021: 10 %

Pauschale Schätzung um anzuerkennen, dass die Erbringung von Dienstleistungen nicht ohne einen "hemmenden" Nutzen möglich ist. Wie z.B. Mobilität und Energieverbräuche.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Negativ-Nutzen

2022: 0 %

2021: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?
- Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?
- Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung über eine Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

Berichtsantwort

Meine Trainings- und Beratungsprojekte sind fast immer darauf ausgerichtet das Miteinander innerhalb von Organisationen zu verbessern. Effektivere Kommunikation, konstruktiver Umgang mit Konflikten, transparente Information und partizipative Entscheidungsfindung sind meine Kernthemen.

In ca. 80 % aller Fälle profitieren die Mitarbeitenden von diesen Maßnahmen. In allen anderen Fällen werden auch externe Berührungsgruppen adressiert.

Darüber hinaus erreiche ich durch meine Vorträge, Moderationen und Teilnahme an diversen Kongressen viele Menschen aus sämtlichen Gesellschaftsschichten.

Verifizierungsindikatoren

Art und Anzahl der Aktivitäten/ Maßnahmen pro Jahr

2022:

Aktivitäten/ Maßnahmen	Anzahl pro Jahr
Vorträge	15
Lehrgänge/Hochschulprojekte	3

Hier sind nur die öffentlich zugänglichen Veranstaltungen aufgeführt.

Anzahl der erreichten Menschen, z.B. Leser*innen, Besucher*innen

2022: 800

2021: 600

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?
- Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

Berichtsantwort

Es gibt keine menschenunwürdige Produkte oder Dienstleistungen.

Verifizierungsindikatoren

Als menschenunwürdig eingestufte Produkte und Dienstleistungen

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen

2022: 0 %

2021: 0 %

Kund*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben

2022: 0 %

2021: 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Berichtsfragen

- Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z.B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?
- Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z.B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?
- Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

Berichtsantwort

Mein Geschäftsmodell ist denkbar einfach. Ich generiere Honorare, bringe meine Kosten in Abzug und zahle auf den Rest Steuern Mein direkter Beitrag zu diesem Thema sind meine Einkommenssteuern und Umsatzsteuer. Für das Geschäftsjahr 2022 habe ich ca. 15.000 € Einkommenssteuer und 6.200 € Umsatzsteuer bezahlt, für 2021 waren es etwas weniger, da sich die Auswirkungen der Pandemie noch teilweise bemerkbar gemacht haben.

Ich nutze keine „Steuersparmodelle“ und bringe keine grösseren Abschreibungen in Anrechnung.

Verifizierungsindikatoren

Erlöse

2022: 80.000 €

2021: 66.000 €

Abgaben

2022: 15.000 €

2021: 9.500 €

Subventionen

2022: 0 €

2021: 0 €

Wertschöpfung

2022: 77.000 €

2021: 63.000 €

Netto-Abgabenquote

2022: 19 %

2021: 16 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Berichtsfragen

- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)?
- Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?
- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?
- Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?
- Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

Berichtsantwort

Ich arbeite ehrenamtlich in verschiedenen Funktionen für die öko-soziale Weiterentwicklung unserer Gesellschaft. Z.B.

- als Referent für die Gemeinwohl-Ökonomie ca. 45 Stunden
- für den Aufbau Allgäuer Regionalgruppen der GWÖ ca. 30 Stunden
- als Interview-Partner für Studenten und Schüler ca. 6 Stunden

Ausserdem unterstützte ich mit Spenden die Johanniter Unfall-Hilfe, den Bund Naturschutz und gelegentlich örtliche Vereine und Initiativen.

Ausser der Tatsache, dass dies sicher der Verbreitung der Ideen und der Werte der Gemeinwohl-Ökonomie und dem der Nachhaltigkeit dient, gibt es keine Wirkungsnachweise.

Verifizierungsindikatoren

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % des Umsatzes

2022: 2 %

2021: 2,5 %

Wenn ich die o.g. Stunden bescheiden mit 20€/h ansetze. wären das ca. 1.600 €.Darauf basieren die o.g. Angaben.

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % der Gesamtjahresarbeitszeit

2022: 5 %

2021: 5 %

45 Wochen x 35 Stunden = 1.575 Stunden Jahresarbeitszeit.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfragen

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung? Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:

- Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?
- Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?
- Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen?
- Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?
- Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?
- Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?
- Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?

Berichtsantwort

Es gibt und gab keinerlei Aktivitäten zur Steuervermeidung. Weder im privaten, noch im beruflichen Umfeld.

Sämtliche verpflichtende Indikatoren sind nicht berichtbar.

Verifizierungsindikatoren

Wenn das Unternehmen Teil eines internationalen Konzerns ist, im Verbund mit anderen internationalen Partner*innen agiert oder an der digitalen Ökonomie (länderübergreifend) teilnimmt, muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartner*innen im Ausland erfolgen, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10%) abfließt.

Länderspezifisches Reporting

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfragen

- Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kund*innen?
- Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?
- Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträger*innen umgegangen?
- Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?
- Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?
- Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?
- Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?
- Wie werden Interessenkonflikte (persönliche Interessen gegenüber Firmeninteressen) sichtbar gemacht, und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

Berichtsantwort

Ich sehe keinerlei Korruptionsrisiken.

In der Angebots- und Rechnungslegung über das Terra-Institute haben wir das Vier-Augen-Prinzip sichergestellt.

Verifizierungsindikatoren

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?

Es gab im Berichtszeitraum keine Parteispenden.

Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten (Eintrag ins Lobbying-Register) und Lobbying-Aufwendungen?

Es gab im Berichtszeitraum keine Lobbying-Aktivitäten.

Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen, und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?

Es gab bisher keine Mitarbeitenden.

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positivaspekt E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

Das ist angesichts der geringen Aufwendungen nicht sinnvoll. Bzw. werden die meisten Beiträge zugunsten der Gemeinwohl-Ökonomie geleistet.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:
 - klimawirksame Emissionen (CO₂, N₂O, CH₄, ...)
 - Feinstaub und anorganische Emissionen
 - Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
 - Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO_x, SO_x, CO₂)
 - Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x)
 - ionisierende Strahlung
 - Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
 - Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)
 - Landverbrauch
 - Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)
- Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Berichtsantwort

Da ich ausschliesslich im Dienstleistungsbereich tätig bin gibt es keine Nutzung gefährlicher Substanzen, Technologien und Prozesse. Lediglich Emissionen entstehen durch die betrieblich bedingten Fahrten.

Mein Büro ist mit einer stromsparenden LED-Lampe (25W) ausgestattet. Es werden keine Geräte im Stand-by-Betrieb betrieben und bei Neuanschaffungen werden ausschliesslich die höchsten Energieeffizienz-Klassen berücksichtigt. Um selbst möglichst wenig Aufwand mit Umweltverträglichkeitsprüfungen zu haben, verlasse ich mich bei der Produktauswahl auf die memo AG.

Gedruckt wird ausschliesslich und wenn unbedingt nötig, zweiseitig auf Recycling-Papier.

Meine geschäftlich verursachten Pkw-Fahrten in 2021 (10.086 km) erzeugten ca. 1,4 Tonnen CO₂. In 2022 waren 14.072 km und damit ca. 2 Tonnen CO₂.

Seit 2021 stelle ich die Treibstoff-Verbräuche in Relation zum Umsatz um die relativen Reduktionen verfolgen zu können.

Die Wertungspunkte in den "Standardwirkungs-Kategorien" liegen in meine Fall weiter unter 12 Punkten.

Verifizierungsindikatoren

Relevante Umweltkonten des Unternehmens

2021:

	2018	2019	2020	2021	2022
CO ₂ -Emissionen	2,7 to	3,5 to	1,5 to	1,4 to	2 to
gefahrte km	15589	26242	11221	10086	14072
Dieserverbrauch (Harnstoff)	1013 l	1390 l	594 l	535 l	746 l

**"Harnstoff-Diesel" senken den Stickoxid-Ausstoss signifikant.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E3.2 Relative Auswirkungen

Berichtsfragen

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich

- zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?
- zu Mitunternehmen im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

Berichtsantwort

Im Verhältnis zu anderen Beratungsunternehmen und Selbständigen in meiner Branche befinde ich mich nach meiner Einschätzung im unteren Durchschnittsbereich. Da ich anders als viele Kollegen weder ein externes Büro unterhalte, noch Flugreisen nutze, dürfte mein beruflich verursachter CO²-Ausstoss eher unterdurchschnittlich sein. Eine Spontanumfrage im Kolleg*innenkreis hat ergeben, dass die meisten auch mit dem PKW mehr Kilometer p.a. zurücklegen als ich.

Verifizierungsindikatoren

Relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfragen

- Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörige Betriebsauflagen gibt es, und sind die Auflagen eingehalten?
- Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten, oder sind Rechtsverstöße bekannt?
- Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bezüglich ökologischer Belastungen liegen vor?
- Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder*innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs etc.) gibt es?
- Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

Berichtsantwort

Es gibt weder erforderlichen Genehmigungen oder Umweltauflagen, noch unangemessene Umweltbelastungen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?
- In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?
- Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?
- Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Berichtsantwort

Eine höchstmögliche Transparenz versuche ich mit diesem Bericht herzustellen, bei gleichzeitiger Berücksichtigung bescheidener Ansprüche an meine persönliche Diskretion.

Der Gemeinwohl-Bericht wird meiner Website joernwiedemann.de veröffentlicht.

Über meine Tätigkeiten informiere ich ausserdem über die gängigen Social Media-Seiten. Auf Nachfrage stelle ich gerne weitergehende Informationen zur Verfügung.

Verifizierungsindikatoren

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

2022: Ja

2021: Ja

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Umgesetzte Maßnahme(n) in Aspekt E4.1

Wiederholung der Gemeinwohl-Bilanz im Zwei-Jahres-Turnus.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung

Berichtsfragen

- Wie können Bürger*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?
- Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Berichtsantwort

Ich bin praktisch eine „öffentliche Person“ und für alle Menschen ansprechbar. Über Internetportale, Email und Telefon bin ich leicht zu erreichen und antworte im Regelfall auch innerhalb von 24 Stunden. Dies wird allerdings nur sporadisch von Einzelpersonen genutzt.

Da die Kontaktaufnahmen in 90% aller Fälle „unkritisch“ sind, habe ich bisher auf eine Dokumentation verzichtet.

Im Berichtszeitraum kam es zu keinen Beanstandungen.

Verifizierungsindikatoren

Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitentscheidungsgrad)

Hier ist keine sinnvolle Angabe möglich. Da ich aber ständig im Dialog mit NGO's, Politikern und vielen Kultur kreativen stehe, ist ein ständiger Meinungs austausch gegeben. Letztlich geht es mir immer darum auf demokratischem Wege, Lösungen und Antworten zu finden die möglichst wenig Widerstände erzeugen.

Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z. B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden?

2022: Nein

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

E4.3 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfragen

- Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?
- Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?
- Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

Berichtsantwort

=== Text automatisch aus vorheriger Bilanz übernommen ===

Es gibt keine Intransparenz und schon gar keine Fehlinformationen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Langfristige Ziele

Anschaffung eines Pkw mit emissionsfreiem Antrieb.

Noch wünschenswerter wäre eine Car-Sharing-Angebot, was in unserem ländlichen Raum aber in nächster Zeit unwahrscheinlich ist.

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU)

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Diesen Bericht habe ich ohne die Mitwirkung Dritter erstellt.

Dieser Bericht wurde zum wiederholten Mal über das Online-Tool "goodbalancer" erstellt.

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

10 Stunden

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Dieser Bericht wird, ebenso wie der vorherige, auf meiner Website veröffentlicht. Darüber hinaus im "Audit-Tool" der GWÖ-Bewegung.

Auf Wunsch sende ich ihn gerne auch als pdf zu.

Bei Interesse schreiben Sie bitte an: joern.wiedemann@ecogood.org

Datum: 13.10.2023

Anhang

1. Anmerkungen zu Angaben im GWB-Rechner

A: Lieferant*innen

B: Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen

Bilanzaktiva: ich erstelle keine Bilanz

Zugänge zum Anlagevermögen: Hier handelt es sich für gewöhnlich nur um IT. In 2022 wurde ein neuer Laptop, sowie ein PC vor allem zur Videobearbeitung angeschafft.

Finanzanlagen und Barguthaben: jeweils der Endsaldo meines Geschäftskontos. Weitere Finanzanlagen gibt es nicht.

C: Mitarbeitende

D: Kund*innen und Mitunternehmen

E: Gesellschaftliches Umfeld

2. Liste der Anlagen und Referenzen

Bezug	Name	Typ	Kommentar
Aspekt D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen	Kunden_entfernung.pdf	Anlage	
Aspekt D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)	Kunden_entfernung_mEreavY.pdf	Anlage	
Berührungsgruppe A Lieferant*innen	JW_Lieferantentabelle_2023.docx	Anlage	

Weitere Dokumente

Unternehmenslogo:

GWÖ-Mitgliedschaft: