
GEMEINWOHL-BERICHT 2016/2017

UNTERNEHMEN

Firmenname: RW-CCT gmbh

Rechtsform: GmbH

Eigentums- und Rechtsform:

Website: www.RW-CCT.de

Branche: Dienstleistung, Beratung

Firmensitz: Zaisertshofen bei Mindelheim (Unterallgäu)

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:

LF/RW ganzjährig; RB: 3 Tage 02/2016-02/2017

Vollzeitäquivalente: 2

Saison- oder Zeitarbeitende: 0

Umsatz: 150 T€ / 174,7 T€

Jahresüberschuss: 23,1 T€ / 10,6 T€

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: keine

Berichtszeitraum: 01.01.2016 – 31.12.2017

Kurzpräsentation des Unternehmens

Die „rw-cct GmbH“ wurde 2006 gegründet und bietet Beratung von Unternehmen an:

- a) technisches Projektmanagement (Seminare und Projektleitung)
- b) Seminare und Coachings in Kommunikationsthemen sowie Wirtschaftsmediation
- c) Beratung für Unternehmen zur Gemeinwohl Ökonomie.

2016 und 2017 lag der Schwerpunkt der Tätigkeit von RW im Bereich Projektmanagement, wo er für 3 Jahre als externer Berater bei einem Telekommunikationsanbieter in München aktiv war. Er war dort für 4 Tage pro Woche tätig, 1,5 Tage war er ehrenamtlich für die Regionale Wirtschaftsgemeinschaft Allgäu eG (ReWiG), insbesondere für das Projekt „solidarische Landwirtschaft“ aktiv oder für Seminare und GWÖ-Beratung. LF war beide Jahre schwerpunktmäßig im Bereich Seminare und Coachings tätig, zu einem geringen Anteil in der Beratung zur GWÖ. Für die ReWiG war sie ehrenamtlich 1,5 Tage tätig, für die RW-CCT GmbH 3,5 Tage.

Wir sehen unseren Auftrag darin, Unternehmen zu mehr Nachhaltigkeit zu motivieren und die Mitarbeiter*innen zu entwickeln und zu stärken. Den Menschen, die privat zu uns kommen, wollen wir mehr Fähigkeiten in wertschätzender Kommunikation sowie Konfliktlösung vermitteln und sie zu persönlicher Weiterentwicklung inspirieren, um ihr Leben leichter, zielgerichteter und freudiger führen zu können.

Produkte/ Dienstleistungen	Anteil am Umsatz netto (2016/2017)
Technisches Projektmanagement	93 % / 95 %
Seminare Kommunikation	3 % / 2 %
GWÖ-Seminare, -Beratung, -Audits	4 % / 3 %

DAS UNTERNEHMEN UND GEMEINWOHL

Es ist unser ausgesprochener Wunsch, einen konkreten Beitrag dazu zu leisten, dass sich unser Wirtschaftssystem von einem Konkurrenzsystem zu einem Kooperationsystem verändert. Damit das Konzept der GWÖ nicht nur Theorie bleibt, hatten wir uns bereits im Jahr 2011 entschlossen, an der Entwicklung und praktischen Umsetzung als Pionierunternehmen mitzuwirken. In 2012 haben wir die Gemeinwohl-Ökonomie-Beratung in unser Portfolio aufgenommen sowie das Energiefeld Bayern der Gemeinwohl Ökonomie unterstützend begleitet. In 2016 und 2017 haben wir Vorträge zur GWÖ gehalten und Unternehmen in der Phase der Erstellung der GWÖ Bilanz begleitet bzw. auditiert. Die in 2012 gegründete Regionale Wirtschaftsgemeinschaft Allgäu eG (ReWiG) haben wir intensiv auf ihrem Umsetzungsweg eines Gemeinwohlunternehmens begleitet. Das Konzept der ReWiG beinhaltet u.a. eine Komplementärwährung auf Zeitbasis. Es finden also keine EUR-Bezahlungen der Tätigkeiten statt, sondern die Zeitengagements werden in eine Zeitbank eingetragen. Auf diese Weise können und konnten wir praktische Erfahrungen mit komplementären Geldkonzepten sammeln.

Zertifikat



Zertifikat:	Peerevaluation	Gemeinwohl-Bilanz	für	rw-cct gmbh
	M5.0 Kompaktbilanz	2017	Peergruppe:	Landsberg Lech 2018
Begleiter*in	Roland Wiedemeyer			Beteiligte Peergruppen Firmen
				Doro Heckelsmüller
				Jochen Siebel
				Biomarkt La Vida e.K.
				Praxisgemeinschaft AMEDEA
Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 30 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 40 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 30 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 30 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 70 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 60 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 70 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 60 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 70 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 70 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 60 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 50 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 40 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 60 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 40 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 80 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 80 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 80 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 50 %
			Testat gültig bis: 20. Mai 2021	BILANZSUMME: 535

Mit diesem Zertifikat wird das Peergroup-Ergebnis des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: Iru6q
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Verfahren der Peerevaluation finden Sie auf www.ecogood.org

A

Zu A allgemein

Die Lieferkette, Unsere Lieferkette.

Wir kaufen als Dienstleister wenig Material.

Büromaterial, Präsentationsmaterial, Druckerpatronen, Folien, Einbände, Flyer

Das ist alles Kleinmaterial und trotzdem merken wir bei jedem Einkauf, meist erst hinterher aber manchmal auch schon vorher, dass wir da mehr Aufmerksamkeit auf die Lieferant*innen richten können.

Formell gibt es keine Richtlinien, aber im Innern schwingt die ökologische Auswirkung immer mit.

Ist das Material wirklich nötig?

Welche Basis-Materialien sind damit verbunden?

Welche Alternativen gibt es und wodurch unterscheiden sich die Alternativen?

Das sind Kernfragen, die uns bewegen.

Bei den elektronischen Elementen, wie Handy, Notebook, Speichermedien, USB Sticks und Speicherkarten für Handy, Kamera, ... Bildschirme, bis hin zum Auto, fühlen wir uns oft total überfordert.

Klar wir schauen, welche Alternativen es gibt und welche Unterschiede bei den Alternativen vorherrschen, aber oftmals sind uns Leistungskoeffizienten bei technischen Objekten am wichtigsten, denn die Dinge sollen ja lange halten.

Obsoleszenz? Ja, ist uns immer bewusst und wir schauen, dass Dinge reparabel sind. Handies ohne tauschbaren Akku? Nein. Soweit wie möglich kaufen wir Dinge gebraucht. Leider gibt es sehr viele Menschen, die immer das allerneueste „brauchen“ und von denen kaufen wir dann oftmals die Geräte der vorletzten Generation bzw. Versionen, die sich in der Praxis als belastbar bereits bewährt haben.

Vor Jahren haben wir ein Tablet gekauft, erst jetzt (4 Jahre später) habe ich gemerkt, dass der Akku gar nicht tauschbar ist – offiziell, aber es gibt Shops die es trotzdem machen, denn auch Klebungen lassen sich öffnen, auch wenn es ein zusätzlicher Aufwand ist.

Andererseits haben wir auch festgestellt, dass das Akkuverhalten von sehr vielen Einflussfaktoren abhängig ist und sich dadurch die Lebensdauer signifikant ändert.

Ökologische Aspekte sind uns schon sehr gegenwärtig.

Wenn wir aber in Richtung Menschenrechte (Menschenwürde A1) oder soziale Gerechtigkeit schau (A2), dann merken wir, dass uns das noch nicht so gegenwärtig ist wie die ökologischen Auswirkungen.

Noch weniger Sensibilität haben wir beim Einkauf im Bereich Mitbestimmung. (A4)

Ausgabenpos-ten	in % der Ausga-ben 2016/2017	Erläuterung 2016/2017
Reisekosten	32 % 9 %	9,7/5,7 T€ Reisekosten, davon 3,2/0,8 T€ Auto; 4,2/3,4 T€ Bahn; 2,0/1,0 T€ Unterkunft; Reduzierung der KFZ-Kosten ggü. Vorjahr durch andere Abrechnung (s. A3)
Kauf E-Auto	0 % 29 %	2017: 18,1 T€; E-Auto von Renault/Frankreich; deutsche Modelle waren in der Größe/Preisklasse nicht im Angebot
Pacht	29 % 16 %	8,6 /10,3 T€; Büroraum ist im Haus von LF/RW; Ökologischer Vorteil: keine Arbeitswege zum Büro
Buchführung, Steuerberatung	10 % 4 %	3,0/ 2,7 T€; Stb. in Oberstdorf (100 km Entfernung); 1x p.a. max. persönlicher Besuch, daher Entfernung o.k.
KFZ Reparaturen	5 % 3 %	1,4/2,0 T€; Nächste Renault-Fachwerkstatt 40 km, keine bessere Alternative bekannt
Fortbildung	5 % 9 %	1,6/5,5 T€; Ausbildung in Permakultur in der Solidarischen Landwirtschaft in Rot; räuml. nächste bekannte Möglichkeit
Druck, Werbung	3 % 10 %	0,8/6,0 T€; v.a. Flyer; Druck bei GWÖ-Unternehmen Uhl Media; 2017 Planen für neue Messeausstattung in 10 km ¹ , Folierung Auto in 80 km Entfernung in Auftrag gegeben
Beiträge	3 % 2 %	0,8/1,1 T€; GWÖ, Netzwerk GFK, Netzwerk Mediation Augsburg
Versicherungen	3 % 1 %	0,8/0,8 T€; KFZ, Haftpflicht usw. -> Auswahlkriterien: Preis & Vertrauen
Wartungskosten Hard-/Software	2 % 6 %	0,7/4,1 T€; 2017 Website-Relaunch -> Beauftragung einer Einzelfirma in nächster Nähe
Energie/ Strom	0 % 0 %	Keine, wird privat übernommen; Bürgerwerke Ökostrom - > sozial (Genossenschaft), ökologisch und regional (dezentrale Energieerzeugung); top

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Bisher haben wir da wenig Sensibilität, wenngleich Dokumentationen über Fairphone und Batterieherstellung (Lithiumerzeugung) uns klar gemacht haben, was da in der globalen Wirtschaft alles schief läuft.

Immer wieder passiert folgendes: Gestern habe ich Batterien gekauft, heute fiel mir auf, dass ich über gar nichts nachgedacht habe außer über meinen Bedarf: Ich brauche Batterien UND wie teuer sind sie?

Die Preisunterschiede waren so signifikant (das 3-fache) dass ich automatisch nach den günstigsten geschaut habe.

Ich/Wir merken, dass meine/unsere Sensibilität hier noch sehr niedrig ist.

Aus unserer Sicht würde es Sinn machen, dass wir einfach jeden Einkauf erstmal prüfen müssten, aber da sind wir überhaupt noch nicht.

Bei großen Anschaffungen schon eher, aber bei Kleinigkeiten fehlt uns die automatische Sensibilität.

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

Als Dienstleistungsunternehmen beschränkt sich bei uns das Beschaffungswesen auf die Beschaffung von Verbrauchsmaterial sowie die Bereitstellung und den Erhalt unserer Arbeitsräume und Betriebsmittel und die Gewährleistung unserer Mobilität. Wir sind bis zu einem gewissen Grad bereit, auf rein preisgetriebene Beschaffungen zu verzichten und den Fokus auf ökologisch und sozial vorteilhaftere Produkte sowie langfristige, kooperative Beziehungen zu legen (v.a. Büromaterial, Druckerzeugnisse, Steuerberater). Vor allem bei Beschaffung von Technischen und Elektro-Geräten (Navi, Handy, Tablet, Laptop, Drucker, Reifen und Felgen für Twizy) sowie der Nutzung von Telekommunikationsdiensten und Versicherungen ist unsere Bereitschaft, viel Zeit zu investieren, um ökologisch und sozial bessere Alternativen zu finden, gering. Wir kaufen dann manchmal beim Billiganbieter.

Unsere größte Ausgabe in 2017 war der Kauf eines zweiten Autos für die Firma. Aus Umweltgründen haben wir uns für ein E-Auto entschieden (ZOE).

Unsere Lebensmittel-Einkäufe, die wir privat tragen, sind zu ca. 90 % bio. Unser Gemüse kommt aus der Solidarischen Landwirtschaft (bio, Permakultur), einem Projekt der ReWiG.

Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?

In dem Punkt vertrauen wir größtenteils unseren Lieferanten. So haben wir beispielsweise den Nachhaltigkeitsbericht von memo, unserem Hauptlieferanten für Büromaterial und –Technik, vorliegen, aufmerksam gelesen und als ausreichend eingestuft, um weiter bei Memo zu kaufen.

Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Bei Papierprodukten achten wir auf die Verwendung von Recyclingpapier (bei Papier: Blauer Engel, EU-Ecolabel, bei Ordnern: Blauer Engel), bei Nahrungsmitteln auf Bio-Siegel, bei Reinigungsmitteln wählen wir 100% natürliche Produkte (tierversuchsfrei, vegan), beim Strom achten wir auf Ökostrom-Label und schauen uns das Unternehmen sehr genau an.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

-

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In den Kategorien mit geringer quantitativer Bedeutung (< 5%) scheint uns eine Auseinandersetzung nicht sinnvoll. Daher werden wir uns zukünftig weiter insbesondere mit den Bereichen von höherer Bedeutung auseinandersetzen (Technik; z.B. bei Greenpeace oder auf GWÖ-Seiten Infos einholen) oder bei hohen Beträgen von Einzelbeschaffungen.

Wir wollen zukünftig Lieferantenprüfung bei größeren Ausgaben (> 100 EUR) gründlicher vornehmen.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform
- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

Ausgabenpos-ten	In % der Ausgaben 2016/2017	P/D unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt?
Reisekosten	32 % 9 %	9,7/5,7 T€ Reisekosten, davon 3,2/0,8 T€ Auto; 4,2/3,4 T€ Bahn; 2,0/1,0 T€ Unterkunft; Auto: erfüllt, da LF/RW privat das Auto für die Firma zur Verfügung gestellt hat gegen Kostenerstattung; ja Bahn: in Recherche; da in Deutschland: ja Unterkunft: keine expliziten Infos; ja
Kauf E-Auto	0 % 29 %	2017: 18,1 T€; E-Auto von Renault/Frankreich; da EU-Unternehmen, gehen wir von fairen Arbeitsbedingungen aus: ja
Pacht	29 % / 16 %	8,6 / 10,3 T€; Büroraum ist im Haus von LF/RW; ja
Buchführung, Steuerberatung	10 % 4 %	3,0/ 2,7 T€; Stb. in Oberstdorf; da in Deutschland: ja
KFZ Reparaturen	5 % 3 %	1,4/2,0 T€; Nächste Renault-Fachwerkstatt; da in Deutschland: ja
Fortbildung	5 % 9 %	1,6/5,5 T€; Ausbildung in Permakultur/ ReWiG; da Genossenschaft: ja
Druck, Werbung	3 % 10 %	0,8/6,0 T€; v.a. Flyer; Druck bei GWÖ-Unternehmen Uhl Media, persönlich bekannt: ja, 2017 Planen für neue Messeausstattung& Folierung Auto: da in Deutschland: ja
Beiträge	3 % 2 %	0,8/1,1 T€; GWÖ: ja; Netzwerk GFK: ja, Netzwerk Mediation Augsburg: ja
Versicherungen	3 % / 1 %	0,8/0,8 T€; KFZ, Haftpflicht usw.: da in Deutschland: ja
Wartungskosten Hard-/Software	2 % 6 %	0,7/4,1 T€; 2017 Website-Relaunch -> Beauftragung zweier Einzelfirmen: ja
Energie/ Strom	0 % 0 %	Ist in Pacht enthalten; Bürgerwerke eG Ökostrom -> sozial (Genossenschaft): ja

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Beim Auto und beim Laptop können wir das nicht. Die Zulieferstrukturen sind für uns völlig intransparent und beim Versuch dort etwas hineinzukommen beim Autokauf, sind wir im Grunde kläglich gescheitert. Die Hersteller (in unserem Fall Renault) verweisen auf Ihre öffentlichen Berichte, aus denen im Grunde nichts herauszulesen ist, außer Marketingaussagen. Allerdings sehen wir uns in unseren Möglichkeiten und zeitlichen Ressourcen begrenzt.

Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der

Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf? Beim Auto Metalle/seltene Erden in Batterie und in Elektronikteilen, ebenso wie im Laptop. Die Lithiumgewinnung beim Li-Ionen Akku ist ein Problem.
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden? Mangels Ideen keine.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant bzw. ethisch unbedenklich sind
Hierzu fehlt uns eine praktikabel anwendbare Prüflösgik. Es ist davon auszugehen, dass heutzutage in jedem technischen Produkt kritische Element verbaut sind.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

A2

Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Bei unseren unmittelbaren Lieferanten beachten wir die Einkaufsbedingungen und bezahlen unmittelbar. Wir orientieren uns nie an möglichen Skonti, sondern bezahle einfach den ausgeschriebenen Preis unmittelbar.

Wenn wir die Wahl haben gegen Rechnung oder Vorkasse stellen wir vermehrt fest, dass wir gerne Vorkasse wählen, da wir uns vorstellen, dass die Lieferant*innen ja ansonsten alles vorfinanzieren müssen, das ist eigentlich ungerecht, weil wir Ihnen die Bezahlung während des gesamten Produktionsprozesses vorenthalten.

Wir haben auch bemerkt, dass wir gar nicht in die Vorlieferanten reinschauen, es ist uns oftmals gar nicht als bewusste Frage im Kopf und jedesmal, wenn wir uns wieder der Frage stellen, fühlen wir uns macht- und kraftlos.

Die Lieferantketten sind so komplex, dass uns sofort der Mut verlässt.

Hier wünschten wir uns ein Miteinander mit andern.

Wir fahren doch alle Bahn und Telefonieren alle mit der Telekom Infrastruktur (oder Vodafone oder Telefonica/O2).

Wir fahren alle Autos von den verschiedenen 12 Herstellern, da würde ich mich gerne mit anderen zusammentun, um Grundfragen zu ermitteln.

Berichtsfragen

Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander? Keine. s.o.

Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände? Wir fragen bei großen Unternehmen nach einem Nachhaltigkeitsbericht (z.B. Renault) und lesen ihn, wenn es einen gibt (Memo). Bei großen Anschaffungen (z.B. Auto) recherchieren wir zudem auf der Internetseite über das Unternehmen/ Produkt.

Verpflichtende Indikatoren

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

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

Ausgabenposten	In % der Ausgaben 2016/2017	Eingekaufte P/D mit Label Solidarität & Gerechtigkeit bzw. überprüft?	Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert?
Reisekosten	32 % 9 %	9,7/5,7 T€ Reisekosten, davon 3,2/0,8 T€ Auto; 4,2/3,4 T€ Bahn; 2,0/1,0 T€ Unterkunft; Auto: erfüllt, da LF/RW privat das Auto für die Firma zur Verfügung gestellt hat gegen Kostenerstattung; ja Bahn: in Recherche; nein Unterkunft: keine Infos; nein	9,7/5,7 T€ Reisekosten, davon 3,2/0,8 T€ Auto; 4,2/3,4 T€ Bahn; 2,0/1,0 T€ Unterkunft; Auto: erfüllt, da LF/RW privat das Auto für die Firma zur Verfügung gestellt hat gegen Kostenerstattung; ja Bahn: in Recherche; nein Unterkunft: keine Infos; nein
Kauf E-Auto	0 % 29 %	2017: 18,1 T€; E-Auto von Renault/Frankreich; nein	2017: 18,1 T€; E-Auto von Renault/Frankreich; mit dem Händler: ja, mit dem Hersteller: nein
Pacht	29 % 16 %	8,6 /10,3 T€; Büroraum ist im Haus von LF/RW; ja	8,6 /10,3 T€; Büroraum ist im Haus von LF/RW; ja
Buchführung, Steuerberatung	10 % 4 %	3,0/ 2,7 T€; Stb. in Oberstdorf; nein	3,0/ 2,7 T€; Stb. in Oberstdorf; nein
KFZ Reparaturen	5 % 3 %	1,4/2,0 T€; Nächste Renault-Fachwerkstatt; nein	1,4/2,0 T€; Nächste Renault-Fachwerkstatt; nein
Fortbildung	5 % 9 %	1,6/5,5 T€; Ausbildung in Permakultur/ ReWiG; ja	1,6/5,5 T€; Ausbildung in Permakultur ReWiG; ja
Druck, Werbung	3 % 10 %	0,8/6,0 T€; v.a. Flyer; Druck bei GWÖ-Unternehmen Uhl Media; ja; 2017 Planen für neue Messeausstattung: nein, Folierung Auto: nein	0,8/6,0 T€; v.a. Flyer; Druck bei GWÖ-Unternehmen Uhl Media; 2017 Planen für neue Messeausstattung: nein, Folierung Auto: nein
Beiträge	3 % 2 %	0,8/1,1 T€; GWÖ: ja; Netzwerk GFK: ja, Netzwerk Mediation Augsburg: ja	0,8/1,1 T€; GWÖ: ja, Netzwerk GFK: nein, Netzwerk Mediation Augsburg: nein
Versicherungen	3 % 1 %	0,8/0,8 T€; KFZ, Haftpflicht usw.: nein	0,8/0,8 T€; KFZ, Haftpflicht usw.: nein
Wartungskosten Hard-/Software	2 % 6 %	0,7/4,1 T€; 2017 Website-Relaunch -> Beauftragung zweier Einzelfirma: ja	0,7/4,1 T€; 2017 Website-Relaunch -> Beauftragung einer Einzelfirma: nein
Energie/ Strom	0 % 0 %	Ist in Pacht enthalten; Bürgerwerke eG Ökostrom -> sozial (Genossenschaft): nein?	Keine, wird privat übernommen; Bürgerwerke Ökostrom -> sozial (Genossenschaft): nein

Druck/Werbung: 3 bzw. 13 %; Gespräche mit der Druckerei für Flyer sowie für Banner

Memo: Nachhaltigkeitsbericht liegt vor

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: Siehe en bloc bei A4

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette nicht verletzt sowie die Marktmacht bei den wesentlichen Lieferant*innen nicht ausgenutzt werden? Auf der ersten Lieferantenstufe ja. Eine Marktmacht haben wir als kleiner Dienstleister ohnehin nicht.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: -

A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

Mitbestimmung beim Lieferanten= Oder gar der Lieferantenkette? Tabelle mit Lieferanten einfügen einfügen

Die ökologischen Auswirkungen der Lieferkette zu untersuchen ist eine riesige Aufgabe vor der wir (ähnlich wie A2) immer kapituliere.

Wenigstens bei den Großanschaffungen machen wir uns intensiv Gedanken und recherchieren entsprechend intensiv.

Deshalb ist Stromversorgung bei uns „gelöst“. Regenerative Energien sind auf jeden Fall besser wie Atomenergie, wegen der völlig ungelösten Entsorgung und besser als Öl basierte, wegen den endlichen Ölquellen und der CO2 Freisetzung des ansonsten im Öl gebundenen CO2.

Cradle to Cradle, recycelte Produkte, nachwachsende Rohstoffe, die in den Produkten verwendet werden, sind uns wichtig, aber der Blick in die Lieferantenkette ist eine riesige Herausforderung, vor der wir uns fürchten. Es überfordert uns meistens.

Aber uns ist bewusst, dass wir alle, uns eingeschlossen, uns an das Thema heranmachen müssen.

Berichtsfragen

Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

Wenn es ökologisch bessere Produkte/DL gibt, entscheiden wir uns dafür, es sei denn, die Preisdifferenz zu anderen Produkten ist noch höher als die Hälfte.

.

Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?

Wir nehmen soweit möglich eine Lieferantenauswahl nach geeigneten Kriterien vor. Hierdurch ersparen wir uns auch häufig die Einzelfallprüfung. Also z.B. durch den Kauf von Büromaterial bei Memo, einem Anbieter, der ausschließlich nachhaltig produzierte Produkte verkauft, haben wir bereits eine gute Vorauswahl an potentiellen Produkten. Memo gibt zusätzlich für jedes Produkt Auskunft zu Nachhaltigkeitsaspekten. Wenn wir keinen

bevorzugten geprüften Lieferanten haben und es in dem Bereich Labels/ Zertifizierungen gibt, dann evaluieren wir über diese.

Wesentliche negative Umweltauswirkungen in unserer Zulieferkette sehen wir bei der Gewinnung von Kraftstoffen und der Gewinnung von Rohstoffen für elektronische Geräte. Im Bereich Kraftstoffe haben wir uns mittlerweile durch die E-Autos gelöst, allerdings fährt auch die Bahn oft genug mit Diesel und nicht elektrisch und über die tatsächlichen Volumina der nachhaltigen Stromlösungen haben wir von der Bahn noch keine nachvollziehbaren uns verlässlich erscheinende Quellen gefunden.

Welche Unterschiede gibt es zu den Mitbewerbern hinsichtlich ökologischem Einkauf?

z.B. Einkauf bei memo; bei langen Strecken ziehen wir Bahnfahren dem Autofahren vor, sofern das aufgrund des Gepäcks gut machbar ist; Autofahrten mit dem E-Auto seit 2017

Verpflichtende Indikatoren

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

Druck: 2,5 %; persönliche Gespräche und Besuche in der Vergangenheit

Memo: 0,4 % der Ausgaben; Nachhaltigkeitsbericht

Nachrichtlich: Energie/Strom (privat getragen): Bürgerwerke eG (Ökotest „Sehr gut“, Label der Umweltverbände „Grüner Strom“, Genossenschaft als Organisationsform)

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ersatz des Gas-Autos durch ein E-Auto. 2015 hatten wir ein kleines E-Auto als Zweitwagen für die täglichen Fahrten zum Bahnhof für RW gekauft (2-Sitzer/Twizzy).

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bei zukünftigen Beschaffungen von elektronischen Geräten werden wir den Greenpeace-Ratgeber „Grüne Elektronik 2017“ zu Rate ziehen.

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfrage

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

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert: -

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Mitbestimmung beim Lieferanten= Oder gar der Lieferantenkette? Tabelle mit Lieferanten einfügen einfügen

Damit haben wir uns bisher am geringsten beschäftigt.

Wir kaufen nur Produkte, die am Markt verfügbar sind und das in so kleinen Mengen, dass es im Grunde wirkungslos ist. – So denken wir zumindest.

Wir kaufen lieber bei Genossenschaften (z.B. Strom), weil wir davon ausgehen, dass in Genossenschaften eine andere Entscheidungsphilosophie herrscht.

Wir sind auch gerne Mitglied in Genossenschaften: Stromerzeugung regional, überregional in einer Genossenschaft, die regionale Genossenschaften bündelt.

Wobei es uns nicht darum geht unbedingt am Entscheidungsprozess zu partizipieren und mitzubestimmen, sondern eher darum, dass das Kapital einer Unternehmung möglichst breit verteilt ist.

Partizipation am Gewinn ist für uns ohnehin kein Thema, denn der Gewinn sollte besser auf niedrigere Preise umgelegt werden, oder in die Zukunft investiert werden.

Oder vielleicht sollten die Gehälter der Mitarbeitenden erhöht werden.

Berichtsfragen

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?

Wir fordern, fördern, prüfen und sanktionieren diesbezüglich unsere Lieferanten nicht.

Unsere Lieferanten sind auf Grund unseres geringen Einkaufsvolumens von unseren Einkaufsentscheidungen nur unwesentlich betroffen. Wir haben ihnen gegenüber keinerlei Machtposition, die es uns erlauben würde, wirklich Einfluss zu nehmen.

Wo es uns möglich ist, nehmen wir einen Lieferantenwechsel vor. Wo es uns sinnvoll erscheint, nehmen wir zudem an Petitionsaufrufen oder Unterschriftenaktionen teil, um auf Firmen, die sich ethisch und / oder ökologisch fragwürdig verhalten, einzuwirken.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt: 0 %

Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden: 0 %.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Den Strombezug haben wir 11/2016 von der CareEnergy AG auf die Bürgerwerke eG verlegt. Diese erhalten ihren Strom von Bürgerenergie-Genossenschaften. Als Genossenschaft bieten die Bürgerwerke deutlich mehr Transparenz und Mitbestimmungsmöglichkeit.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir könnten Lieferanten mehr durch Nachfragen für das Thema sensibilisieren. Konkrete Ziele möchten wir uns hier nicht setzen.

Da der Posten Steuerberatung mit 10 bzw. 4 % groß ist, wäre es eine Möglichkeit, das Thema explizit mit ihm anzusprechen, auch wenn wir implizit davon ausgehen, dass die Mitarbeiter*innen dort den üblichen Lohn bekommen und die Arbeitsbedingungen für sie gut sind. Beispielsweise ist uns bekannt, dass eine MA in zeitweise im Homeoffice arbeitet.

Wir werden 2019 Lieferantenfragebögen an die 5 größten Lieferanten schicken: Bahn, Steuerberater, Autowerkstatt, X?? Und wir werden uns in der GWÖ Gemeinschaft dafür einsetzen,

dass das Thema Lieferantenfragebögen auf eine elektronische Basis gestellt wird und eine Auskunftsmöglichkeit angedacht und probeweise implementiert wird, um Erfahrungen damit zu sammeln.

B

Unsere Finanzpartner*innen sind Banken, Versicherungen und letztlich unsere Gesellschafter, wobei dass überschaubar ist mit 2 Hauptgesellschaftern und einer Gruppe von atypisch still beteiligten Gesellschaftern im Bereich Energie.

Von einer Bank nehme wir ausschließlich den Dienst des Geldverkehrs (sprich Kontoführung und Zahlungsverkehr) in Anspruch.

Das Verdienen von Geld mit Geld, wie es Banken klassischer Weise tun, ist für mich (RW) vollständig unethisch. Deshalb ist eine Kreditnahme für mich auch ausgeschlossen. Das Zinssystem ist unethisch, weil es eine Geldumverteilung ist von arm nach reich. Außerdem halte ich überhaupt nichts von Geldeinnahmen ohne Leistungserbringung, wie es die Grundlage von Zinsen ist.

Die Versicherungen, wie ich sie erlebe, versuchen eines mit allerhöchstem Nachdruck: einen Versicherungsfall nicht anzuerkennen. Damit disqualifizieren sich Versicherungen für mich von vornherein als unethisch.

Krankenversicherungen und Pflegeversicherungen sind für mich extrem fragwürdig, da sie die Medizintechnik und die Pharmamedizin aus meiner Sicht übermäßig in den Vordergrund stellen.

Arbeitslosenversicherung und Sozialversicherung verdienen ebenfalls in erster Linie Geld und sind aus meiner Sicht gesellschaftliche Fehlkonstruktionen. Wir leisten - aufgrund unserer Befreiung als Geschäftsführer der GmbH von der Sozialversicherungspflicht - keine Beiträge an diese Institutionen.

Insofern gestalten sich meine Beziehungen zu Finanzpartner*innen, soweit es sich um Institutionen handelt, als ein notwendiges Übel, welches ich versuche so gering wie möglich zu halten.

Vor Jahren habe ich mich einem Komplementärwährungskonzept angeschlossen, dessen Idee es ist, die Geldschöpfung nicht aus dem klassischen Schuldgeldansatz zu machen, welches Geld aus dem Nichts schafft, sondern „Geld“ als Wertschätzung versteht für eingebrachte Zeit in Gemeinwohlorientierte Projekte. Das ist ein Experimentalfeld. Das Projekt läuft nunmehr seit 7 Jahren und hat bereits erhebliche Erkenntnisse erbracht.

Die wesentlichste Erkenntnis für mich ist: Wir sind als gesellschaftliche Gemeinschaft zu einem solchen Schritt noch nicht bereit. Wir stehen mit unserem eigenen Denken einem Gemeinwohlansatz selbst im Weg.

Auch rechtlich verankerte Institutionen wie Finanzamt und Bundesaufsichtsamt für Finanzen stehen dem aus meiner Sicht notwendigen Erneuerungsansatz sehr störend im Weg. Das hält mich nicht davon ab, weiter an diesen Ansätzen zu arbeiten, es verhindert allerdings den notwendigen Verbreitungseffekt.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Die Firma hat keine Fremdfinanzierungen. Bei Projektfinanzierungen arbeiten wir nur mit Berührungsruppen: Wir begeistern Kunden oder Nutzer von der Sinnhaftigkeit der Investition und bündeln auf diese Weise Geld (derzeit 8 TEUR im Bereich Energie).

Das Stammkapital ist voll eingezahlt (25 TEUR).

Wir haben genügend Liquidität und Rücklagen, so dass auch Phasen ohne Einnahmen überbrückt werden können (u.a. für Finanzierung von Sabbaticals).

Berichtsfragen

Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?

Wir haben ausreichend Eigenmittel im Unternehmen aufgrund der stabilen Auftragslage im Bereich Projektmanagement und haben kein Wachstum geplant, das zu finanzieren wäre.

Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsruppen und/oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?

Wir haben keine Kredite sowie keine Anlagen außer dem Guthaben auf dem Geschäftskonto. Unsere Finanzsituation ist derzeit so komfortabel, so dass wir keine Finanzierung brauchen. Für ein Projekt im Energiebereich haben wir 8,8 TEUR Darlehen atypisch stiller Gesellschafter übernommen.

Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?

Wir haben keine Kredite und werden keine bei Banken aufnehmen.

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

Als alleinige Bank arbeiten wir mit der lokalen Raiffeisenbank Türkheim zusammen.

Im Hinblick auf die ethisch-nachhaltige Ausrichtung von Finanzpartnern sind die folgenden wesentliche Fragen zu berücksichtigen:

1. Rüstung: Unterhält der Finanzpartner Geschäftsbeziehungen zu den großen Waffenherstellern?
2. Ist er an Nahrungsmittelspekulationen beteiligt?
3. Investiert er in Firmen, die die Energiewende bremsen, Atomstrom oder fossile Energieträger fördern?
4. Ist er an zweifelhaften Geschäften mit Banken in Steueroasen beteiligt?
5. Investiert er in nachhaltige Unternehmen und Projekte?

Zwar war bei der Raiffeisen-Bank keine konkrete Information zu diesen Fragen zu bekommen, jedoch unterstützt die Bank regionale, soziale und ökologische Projekte, was wir sehr schätzen. Uns war bislang eine lokal erreichbare und lokal verankerte Genossenschaftsbank wichtiger als eine national oder international agierende Umweltbank. Nach wie vor ist die Bankenlandschaft für uns sehr unbefriedigend, da es nach unserer Einschätzung im Grunde keine Bank gibt, die wirklich ethischen Grundlagen entspricht. Das Verzinsungsverfahren und die Kreditgeldschöpfung werden von allen Banken angewendet, insofern stehen wir auf dem Standpunkt, keine Bank erfüllt GWÖ-Werte. Am nächsten kommt unseren Vorstellungen von ethischem Finanzmanagement die JAK-Bank in Schweden (keine Kreditgeldschöpfung, keine Verzinsung). Leider gibt es keine

deutsche Niederlassung und die Kooperation mit einer schwedischen Bank erscheint uns im Alltag nicht praktikabel.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil Eigenkapital in Prozent

2016: EK 57 T€ / BS 132 T€ = **43 %** EK+Rückst 57+31 T€/BS 132 T€ = **67 %**

2017: EK 67 T€ / BS 143 T€ = **47 %** EK+Rückst 67+51 / BS 143 T€ = **82,5 %**

Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche: 32,7%, Mittelstand, sonstige Dienstl.

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/261429/umfrage/eigenkapitalquotenim-deutschen-mittelstand-nach-branchen/>

Fremdfinanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart

	2016	2016	2017	2017
Eigenkapitalquote	56,6 TEUR	43 %	67,1 TEUR	47 %
Darlehen	0	0	0	0
Rückstellungen	30,9 TEUR	24 %	50,7 TEUR	35 %
Verbindlichkeiten	44,2 TEUR	33 %	25 TEUR	18 %
davon Verbindlichkeiten Gesellschafter	5,5 TEUR	4 %	4,9 TEUR	4 %
davon Darlehen atyp. stiller Gesellschafter	8,8 TEUR	7 %	7,5 TEUR	6 %
davon Verbindlichkeiten Betriebssteuern	14,2 TEUR	10 %	9,8 TEUR	8 %
davon Verbindlichkeiten Löhne & Gehälter	15,7 TEUR	12 %	0 TEUR	0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Entwicklung der Gründung der Gemeinwohlbank haben wir mit großer Spannung verfolgt. Wir wollten zu dieser Bank wechseln. Nun, wo klar ist, dass die Bank mangels Banklizenz nicht gegründet wird, werden wir uns neu orientieren.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Prüfung Wechsel der Bank zu Triodos/ Umweltbank/ Ethikbank/ GLS.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Unser Finanzierungs-konzept ist, dass wir erst ansparen und dann anschaffen. Zudem haben wir immer Reserven für außerordentliche Beschaffungen, falls irgendetwas kaputt geht und ersetzt werden muss.

Geldmittel für den Ersatz von Vermögensgegenständen (Mobiliar, Fahrzeuge, technische Ausstattung) sind auf Jahre hinaus vorhanden und werden in Einnahmephase immer wieder aufgebaut, um für einkommensarme Zeiten vorbereitet zu sein (siehe sonstige Rückstellungen).

Neuverschuldungen bei Geldinstituten sind für uns ausgeschlossen.

Berichtsfragen

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

Für größere Zukunftsaufgaben, z.B. den Autokauf, machten wir entsprechende Rückstellungen in Form von einem Investitionsabzugsbetrag (IAB) 11,2 bzw. 4 T€.

Rückstellungen

	2016 TEUR	2017 TEUR
Gewerbesteuerrückstellungen	1,8	4,7
Rückstellungen für Personalkosten	0	17,0
Sonstige Rückstellungen	27,0	27,0
Rückstellungen für Jahresabschlusskosten	2,1	2,1
Gesamt	30,9	50,7

2017 hatten wir besondere Zukunftsausgaben, und zwar für die Aktualisierung unserer Website i.H.v. 4,5 TEUR, für Werbung i.H.v. 5,6 TEUR (Folierung E-Auto als Werbung), und für einen Kurs in Permakultur i.H.v. 6,0 TEUR, da wir diesbezüglich unseren Geschäftsbereich ausweiten werden (**insg. 16,1 TEUR**).

2018 und 2019 hatten/haben wir keine besonderen, über das übliche Maß hinausgehenden Aktivitäten hinsichtlich unserer Zukunftsaufgaben vorgesehen. Wir gehen durchschnittlich jeweils von max. 5 T€ pro Jahr aus, u.a. für Website, Fortbildung, Werbung.

Mittel und langfristige Planung: Es gibt bei uns eine mögliche langfristige Option im Energiebereich unsere Aktivitäten zu verstärken, deshalb betreiben wir hier seit einigen Jahren gemeinsame Aktivitäten in zukunftsorientierte Entwicklungen im Bereich erneuerbare Energien (atypisch stille Beteiligung). Wann hier ein Ergebnis zu erwarten ist, ist derzeit noch nicht klar zu bestimmen.

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

Wir zwei Gesellschafter*innen wollen keine und erhalten auch keine Kapitalerträge. Wir lehnen Zinsen und Zinseszinsen ab, da es zu Ungerechtigkeit bei der Verteilung der Einkommen beiträgt. Der Jahresüberschuss wird jährlich auf neue Rechnung vorgetragen.

Verpflichtende Indikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit/ Bilanzgewinn	31,6 / 42,2 TEUR
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben p.a. für 2018 und 2019	5,0 TEUR
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben 2016/17	0,8*/ 17,0** TEUR
* Werbekosten	**16,1 a.o. Zukunftsausgaben (s.o.) + 0,9 normale Werbekosten
Anlagenzugänge	2017 PKW +20,1 – 12,0 Abschreibungen 1,0 / 7,9 TEUR
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)	Jahresüberschuss 10,6/23,1 TEUR
Auszuschüttende Kapitalerträge	0 Tsd. EUR, 0 % vom Stamm- oder Grundkapital

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfrage

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

B3 Sozial-ökologische Investitionen und

Mittelverwendung

Bezüglich ökologischer Investments haben wir uns beim Auto entschieden, auf einen elektrischen Betrieb umzusteigen.

Wir haben damit jetzt zwei E-Fahrzeuge, die in einem absehbaren Zeitraum auch wieder ersetzt werden müssen. Die dazu notwendigen Rücklagen werden Schritt für Schritt wieder aufgebaut. Neuverschuldungen sind bei uns ausgeschlossen.

Berichtsfragen

- Welche Investitionen in eigene Anlagen haben ökologisches Verbesserungspotenzial? 2017: E-Auto 20,1 TEUR
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden? Wir haben momentan keine konkreten Ideen für weitere ökologische Investments, außer in das Permakulturprojekt (SoLaWi).
Mittel und langfristig wollen wir im Bereich erneuerbare Energien eventuell weitere Projekt- und Produktentwicklungen durchführen. Als Bestandteil davon ist auch eine Heizungserneuerung vorgesehen. Inwieweit das realisiert wird, hängt noch von Ergebnissen der aktuellen Forschungen ab.
- Welche Investitionen wurden / werden konkret vorgenommenen? 2017: E-Auto 20,1 TEUR; momentan keine weiteren konkreten Pläne
- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte? Durch die Teilnahme an der Permakulturausbildung in 2017 für 6,0 TEUR haben wir das Permakultur-Projekt mit unterstützt. Der Bau eines GWÖ Beetes im Permakulturprojekt wurde von ebenfalls im Jahr 2017 durch Anfertigung einer Modellanalyse und Projektskizze unterstützt. Das GWÖ Beet soll als Lern- und Lehrraum in Permakulturprojekt ab 2019 genutzt werden.

Verpflichtende Indikatoren

Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf 2018/2019	0 TEUR
Realisierung der ökologischen Investitionen 2017: E-Auto 20,1 TEUR = 100 % des Bedarfs	
Finanzierte Projekte	0 TEUR
Fonds-Veranlagungen	0 TEUR

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: 2017 Kauf eines E-Autos (20,1 TEUR)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfrage

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

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Berührungsgruppenfinanzierungen haben wir bisher einmal ausprobiert, indem wir einen neuen Geschäftsbereich (derzeitig Forschungsstatus) durch eine Gruppe von externen Interessent*innen (zukünftige Kunden) vorfinanziert haben. Dazu ist das Mittel der atypisch stillen Beteiligung an einem Geschäftsbereich (Energie) eingesetzt worden (8,8 / 7,5 TEUR). Die Erfahrungen damit sind: Auf dem Weg bis zum Ziel wollen einige Menschen wieder aussteigen. Es braucht also immer mindestens einen gewissen Anteil an Ersatz-Finanzierern oder den möglichen Ausgleich durch Eigenkapital.

Als Langfristperspektive verfolgen wir das Konzept der Verschmelzung des bestehenden Unternehmens in eine Genossenschaft. Die Genossenschaft erscheint uns langfristig die einzig wirklich zukunftsfähige Organisationsform zu sein.

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
LF 6,3 TEUR (25 %), RW 18,7 TEUR Geschäftsanteile (75 %)
In der GmbH haften die Gesellschafter*innen max. bis zur Höhe ihrer Einlagen.
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
atypisch stille Beteiligung i.H.v. 8,8 / 7,5 TEUR -> direkter Dialog bezüglich der Entwicklung des Bereichs mit den stillen Teilhabern.
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie wird die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet?
Beide GF sind im kontinuierlichen Kontakt und Austausch, größere finanzielle Entscheidungen werden gemeinsam mit dem Steuerberater besprochen, damit die steuerlichen und bilanziellen Auswirkungen für beide transparent sind. Bislang waren alle Entscheidungen einvernehmlich. Schwerwiegende Bedenken eines/r GF stoppen eine Initiative, bis sie ausgeräumt sind oder eine neue Lösung gefunden ist. Beide GF haben entgegen der ungleichen Aufteilung der Anteile (steuerliche Aspekte sind hierfür ausschlaggebend) intern 50 % Stimmrecht (mündliche Übereinkunft).
- Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert? Keine Veränderung.

Verpflichtende Indikatoren

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

- Unternehmer*innen LF 6,3 TEUR (25 %), RW 18,7 TEUR Geschäftsanteile (75 %)
- Führungskräfte/ Mitarbeiter*innen/ Kund*innen/ Lieferant*innen/ Weiteres Umfeld: Da wir keine FK oder langfristige MA und Kund*innen etc. haben, kommt aus unserer Sicht keine/r für die Übernahme eines EK-Anteils in Frage.
- Nicht mittätige Kapital-Investor*innen atypisch stille Beteiligung i.H.v. 8,8 / 7,5 TEUR

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind?
Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten. Ja.

C

Mitarbeiter*innen hat unser Unternehmen 2. Wir sind gleichzeitig Gesellschafter wie auch Mitarbeiter*innen wie auch privat verbunden als Paar. Insofern haben wir uns entschieden, gemeinsam selbständig aktiv zu sein. Wir gewähren uns beiden maximale Freiheit in der Gestaltung unseres Arbeitsplatzes wie auch in der Gestaltung der Arbeitszeiten.

Wir arbeiten beide viel zu viel Zeit, wenn man Arbeitszeit und Lebenszeit einander gegenüberstellt. Das liegt daran, dass wir oftmals sehr motiviert unterwegs sind und dann das rechte Maß von Arbeit und Freizeit aus den Augen verlieren.

Wir versuchen das durch die Mitschrift unserer Arbeitszeiten transparent zu machen und uns dadurch selbst vor Augen zu führen, wieviel Zeit für was investiert wird.

Eine zu klärende Frage ist, was ist Arbeitszeit?

Wenn ich für andere Menschen meine Energie einsetze. Ich halte Trainings und Seminare, leite Projekte in Fremdteams, coache andere Menschen, mache die Buchhaltung, aktualisiere die Website (unser Hauptakquiseelement), halte Vorträge, ...

Neben dieser Arbeitszeit bringe ich mich in einer Genossenschaft aktiv ein.

Diese Genossenschaft betreibt eine Gärtnerei, in der ich ein bis zwei Tage pro Woche arbeite, ohne dafür ein Gehalt zu bekommen, auch keine Naturalien.

Dieses Engagement sehe ich als eine Arbeitszeit an, aber in einem Gemeinwohl fördernden Projekt mit ökologischem Charakter im Sinne von sanfter Land-Bewirtschaftung (nicht Landwirtschaft). Bewirtschaftung deshalb, weil von Menschen gesät, gepflanzt und geerntet wird und die Ernteerträge über Ernteanteilsmitgliedschaften verkauft werden. Dadurch deckt die Genossenschaft ihre festen Kosten, aber kann noch keine Gehälter bezahlen.

Neben diesen beiden Bereichen engagiere ich (RW) mich ehrenamtlich (d.h. ohne Bezahlung) in der Gemeinwohlökonomie Bewegung, das ist ein Umfang von ½ bis 1 Tag in der Woche.

Diese Gemeinschaft setzt sich für ein anderes Verständnis von Wirtschaft ein. Ein Verständnis, welches die Priorisierung von Wirtschaftserträgen hinter den sozialen und ökologischen Beiträgen eines Unternehmens an dritte Stelle setzt.

Nachdem mein Verständnis ist, dass wir westlichen Länder auf einem Konsumstatus leben (das setze ich auch gleich einem Produktionsstatus), der die Ressourcen von 3,2 Planeten verbraucht – würden alle Menschen und Gesellschaften sich diesen Anspruch erfüllen - , ist mir klar, dass wir unser Engagement in der konventionellen Produktions- und Konsumwirtschaft auf 30% reduzieren müssen.

Nachdem ursprünglich 40 Stunden Beitrag zur Wirtschaft die Grundlage der wirtschaftlichen Gesamtkonzeption waren und eine Vollbeschäftigung angestrebt wurde, ist es für mich nur folgerichtig, meine Arbeitszeit im Wirtschaftssystem auf 30% von 40 Stunden zu reduzieren, also 12 Stunden, und die restliche Zeit, nämlich 28 Stunden, in andere Aktivitäten zu investieren.

Sofern ein wirtschaftliches Überleben (also Ausgaben<Einnahmen) damit gewährleistet werden kann, ist es mir freigestellt, wie ich meine Zeit einsetze.

Damit falle ich keinem Sozialsystem zur Last, sondern erbringe meinen persönlich angemessenen Beitrag zu einer am Gemeinwohl orientierten Gesellschaft.

Die Gemeinwohlbilanz dient mir dabei als ein Kontrollwerkzeug, um festzustellen, wie ausgeglichen meine Gemeinwohlbilanz ist.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Selbstbestimmte Arbeitszeit: Wir arbeiten, wann wir Lust dazu haben. Wir haben keine festen Arbeitszeiten. Sofern wir mit Kunden oder Dienstleistungsnehmern zusammenarbeiten, finden wir gemeinsame Vereinbarungen, die wir wechselseitig respektieren, um verlässlich agieren zu können.

Unsere Arbeitszeitaufteilung entspricht ungefähr dem Konzept „New Work“ von Frithjof Bergmanns aus den 1970er Jahren. Seine „Neue Arbeit“ sollte dem Menschen dienen. Sie sollte Armut lindern, die Selbstbefähigung und ökonomische Unabhängigkeit jedes Einzelnen steigern und den Sinn im Tun in den Vordergrund rücken. Demnach soll der Mensch drei Formen der Arbeit nachgehen: erstens persönlich erfüllender Arbeit – indem man tut, was man „wirklich, wirklich will“ (GWÖ & ReWiG ehrenamtliche Arbeit) - , zweitens einem Brotjob, der die Fixkosten deckt (GWÖ + GFK bezahlte Jobs, Projektmanagement Telefonica), und drittens einer Arbeit, die der Selbstversorgung dient (ReWiG SoLaWi & eigener Garten).

Selbstbestimmter Arbeitsplatz: Uns geht es gut am Arbeitsplatz. Wir sorgen für genügend Licht, Wärme, Bewegung, Ruhe. Wenn wir an einem Fremdarbeitsplatz arbeiten, nehmen wir die Gegebenheiten dort in Kauf und entscheiden letztlich selbst, wie lange wir das ertragen wollen: WLAN Überangebot, Großraumbüro mit entsprechendem Lärmpegel - Arbeitsplatzgestaltung nach den Regeln des Fremdanbieters.

Mitarbeitendenorientierte Organisationsstruktur: keine Hierarchien, selbstverantwortlicher, am Ergebnis orientierter Arbeitseinsatz. Wenn wir für Kunden Aufträge in einer fremden Struktur ausführen, respektieren wir die dort herrschenden Organisationsstrukturen, solange es für uns insgesamt stimmig ist.

Arbeitsorte:

RW/LF 2016: 164 Tage Einsatz in Tagesdistanz, 9 Tage mit Außer-Haus-Übernachtung, 0 Tage im Haus, Rest Büro zu Hause

RW/LF 2017: 191 Tage Einsatz in Tagesdistanz, 8 Tage mit Außer-Haus-Übernachtung, 7 im Haus, Rest Büro zu Hause

RB war als Permakultur-Gärtner in der Gärtnerei in Zell/Rot a.d.R. tätig, oftmals alleine. Dort hat er freie Gestaltungsmöglichkeiten bezüglich der Arbeitszeiten und der Arbeit selbst.

Berichtsfragen

Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?

Die Selbstbestimmung der Arbeit ist bei uns höchstes Gebot. Die persönliche Zufriedenheit ist höher gestellt als der Ertrag für das Unternehmen.

Als kleines Beratungsunternehmen sind wir häufig beim Kunden; die Arbeitsplatzqualität ist dementsprechend häufig nicht durch uns bestimmbar, da wir beim Kunden vor Ort bzw. im Seminarhaus sind. Besonders bei größeren Auftraggebern (wie. Z.B. O2/Telefonica) ist die Qualität der zur Verfügung stehenden Räumlichkeiten oft an der unteren Grenze der Erfüllung gesetzlicher Anforderungen aus dem QM angesiedelt.

Bei der Arbeit in unseren eigenen Büros ist die Arbeitszeitgestaltung vollständig frei. Es gibt keine Arbeitszeitregistrierung, RW schreibt die Arbeitszeiten aus freien Stücken mit, um einen Überblick über unentgeltliche und entgeltliche Aktivitäten zu behalten. Formale Mitarbeiterbefragungen macht bei zwei Mitarbeitern plus einem kurzfristig angestellten (RB) keinen Sinn, es wird alles bilateral erörtert und entschieden. Auch RB war das gute Jahr, das er bei uns angestellt war, eigenverantwortlich frei in der Gestaltung

seiner Arbeit in der Solidarischen Landwirtschaft der ReWiG. Wir waren in engem, laufendem Kontakt und haben Absprachen auf Augenhöhe getroffen.

Welche Maßnahmen wurden zu betrieblicher Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?

Wenn wir nicht beim Kunden im Einsatz sind, haben wir unsere Arbeitsräume im privaten Haus (2 Einzelbüros, 1 Seminarraum), dementsprechend können auch während der Arbeitszeit alle Annehmlichkeiten des Wohnhauses (Wohnzimmer, Küche, Terrasse, Garten) genutzt werden. Die Büros gestaltet jeder für sich in einer Art, die ihm/ihr persönlich optimal entspricht.

Seminare und Veranstaltungen im eigenen Haus (geschätzt ca. 5 Tage im Jahr): Wir haben einen eigenen Seminarraum in unserem Haus (40 qm), der uns erlaubt, mit bis zu 12 Teilnehmern Seminare bei uns zu gestalten. Während unserer Seminare kochen wir selbst vegan.

Bei den Tätigkeiten im eigenen Haus/Büro gibt es keine Gefahrenquellen außer Stolperfallen durch Kabel o.ä. Darauf haben wir persönlich ein Auge, insbesondere bei Veranstaltungen. Eine Gesundheitsförderung halten wir nicht für erforderlich, da wir aufgrund unserer Freiheiten und Selbstbestimmung als Selbständige selber gut für uns sorgen und wir das im privaten Bereich tun. Zudem haben wir einen guten Ausgleich zur Bürotätigkeit durch unsere Aktivitäten in der Solidarischen Landwirtschaft. Jeden Freitag, in der Hochsaison auch oft einen zweiten Tag, packen wir selber in der Gärtnerei mit an.

Beim Kundeneinsatz außer Haus essen wir strikt vegetarisch und wenn möglich vegan. Die Räumlichkeiten extern entsprechen den gesetzlichen Vorschriften für Firmen und den Ansprüchen der Bildungsinstitute.

Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?

Da wir nur zwei Mitarbeiter*innen als Stammbesetzung haben, diese optimalerweise männlich/weiblich sind und kein Bedarf für eine Neueinstellung besteht, sehen wir hier keine Maßnahmen als erforderlich an.

Verpflichtende Indikatoren

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit: ca. 7 Jahre

Beschäftigungsdauer	Roland	2006-2017	11 Jahr
per 12/17	Liane	2009-2017	8 Jahr
	Robert		1 Jahr

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

Teilnahme in mehreren Netzwerken, die der fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung dienen, z.B. durch Workshops, Austausch zu Fachthemen, Praktische Übungen, Intervision etc.: GWÖ-Berater*innen-Treffen, GWÖ-Auditor*innen-Treffen, Netzwerk Gewaltfreie Kommunikation München, GFK-Allgäu-Trainer*innen-Netzwerk, Women Together, Mediation Augsburg Schwaben e.V., BMWA e.V. (Mediation)

Schätzung: LF/RW durchschnittlich 4 Stunden pro Monat

Zudem in 2017: Permakultur-Ausbildung LF/RW jeweils 8 Stunden pro Monat

Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen – 0/ keine

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle - keine

In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden – keine, dafür sorgen wir privat

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) – die Stammbesetzung LF/RW ist ausgewogen männlich und weiblich, Religion keine bzw. Römisch Katholisch; Alter 2017: 49 + 60

durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten – keine Karenzen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen?

Falls nicht, ist dieser Negativaspekt nach Vollbilanz zu berichten. Ja

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Wir haben einen Standardarbeitsvertrag, wie er eben notwendig ist, um die gesellschaftlichen Regelungen, Finanzamt und Versicherungen zu befriedigen.

Unser Verständnis der Arbeitszeitregelung ist völlig individuell auszulegen, da wir quasi selbstständig arbeiten, auch wenn wir einen Anstellungsvertrag in unserer GmbH haben.

Nachdem wir keine festen Arbeitszeitregelungen haben, sind für uns auch Teilzeitregelungen nicht relevant. Wir arbeiten soviel es uns sinnhaft erscheint.

Wir nehmen Urlaub, wenn wir Urlaub haben wollen. Wir führen keine Urlaubsliste.

Wir führen unsere Arbeitszeitlisten jeder für sich als Hilfsmittel für unsere persönliche Transparenz.

Unser Grundverständnis ist, dass wir zu einem gewissen Teil kundenorientiert arbeiten (meistens gegen Bezahlung) und zu einem gewissen Teil gemeinwohlorientiert (meistens ohne Bezahlung).

Die Verhältnisse gestalten wir eigenverantwortlich.

Berichtsfragen

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?

Wir bestimmen im gemeinschaftlichen Konsens die Höhe unseres Lohns sowie der Tantieme, indem wir abgleichen, was für ein Verdienst wir benötigen, um gut leben zu können und wie der wirtschaftliche Erfolg des jeweiligen Jahres war.

Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt? Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?

Arbeitszeiten werden auf freiwilliger Basis erfasst (RW macht es, LF nur für ReWiG-Tätigkeit). Wir teilen uns unsere Arbeiten selbständig ein. Wenn uns die Arbeit zu viel wird, sagen wir Termine ab oder reduzieren unsere Aufgaben. Überstunden zeitnah auszugleichen, liegt in der Eigenverantwortung aller Beschäftigten.

Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?

Wir haben beide einen Fokus darauf, auch ausreichend freie Zeit zur freien Verfügung zu haben. LF ist Mitglied in Vereinen (Sportverein, DAV, ProNah e.V.), in denen sie gesellschaftliche Teilhabe lebt. RW erlebt die gesellschaftliche Teilhabe größtenteils im ehrenamtlichen beruflichen Bereich, v.a. bei der GWÖ und ReWiG Allgäu eG.

Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen? Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Wir sind völlig frei in der Gestaltung unserer Arbeitszeiten. Wenn wir beide im Home-Office sind, stimmen wir uns bezüglich der Arbeitszeiten ab, um gemeinsam mittags essen zu können und abends möglichst gemeinsam die Zeit zu verbringen.

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

Wir achten darauf, dass die privaten Belange gegenüber den beruflichen Belangen auch ausreichend berücksichtigt werden. Wenn wir am Wochenende unterwegs sind, nehmen wir uns beispielsweise oft einen freien Tag in der Woche zum Ausgleich. LF reduziert ihre Arbeitszeit im Sommer auf durchschnittlich 6 Stunden pro Tag, um ausreichend Zeit fürs Wandern und Schwimmen zu haben.

Verpflichtende Indikatoren

- Höchst- und Mindestverdienst (*innerbetriebliche Spreizung*)

Da beide GF immer das gleiche brutto verdienen, ist die Spreizung 0

- Medianverdienst: 2016 = 958, 2017 = 2.517 EUR/Monat brutto (ohne Tantieme)

Der Medianverdienst in Bayern lag für Singles bei EUR 1.732 für Familien bei EUR 3.635 (netto) https://www.finanzen100.de/finanznachrichten/wirtschaft/lohnunterschiede-mit-diesem-einkommen-gehört-ihre-in-eu-rem-bundesland-zu-den-oberen-50-prozent_H54665573_476378/

- Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

Mindestlohn (brutto) 2016 = 1.473 EUR, 2017 = 1.532 EUR

Über die Tantiemen wird der Verdienst der beiden GF (insg. 27,0 / 17,0 TEUR) noch deutlich angehoben. Beide GF bestätigen, dass der Verdienst völlig ausreichend für ein gutes Leben war.

- Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden)

Im Arbeitsvertrag der beiden GF ist keine feste Wochenarbeitszeit definiert, bei RB waren 24 Stunden für 3 Tage vereinbart, also die 40-Stunden-Woche.

- Tatsächlich geleistete Überstunden

LF achtet darauf, dass sie Überstunden zeitnah ausgleicht, zumindest über das Jahr hinweg. RW hat eine 80-Stunden-Woche, wenn er alle 3 Arbeitsbereiche zusammennimmt, also neben der Arbeit für die Existenzsicherung auch den Bereich Selbstversorgung und Selbstverwirklichung/Ehrenamt.

RB hat keine Arbeitszeiten aufgeschrieben, so dass wir nicht wissen, ob er Überstunden gemacht hat. In den Wintermonaten Dezember-Februar war er nicht in der Gärtnerei tätig und

ist gleichwohl weiter bezahlt worden. Falls er Überstunden während der Saison gemacht hat, sind diese ganz sicher dadurch ausgeglichen worden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfrage

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

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

In allem, was wir tun, spielt die sozial ökologische Relevanz eine vordringliche Rolle. Wenn wir zur Arbeit auswärts fahren (ob bezahlt oder nicht bezahlt) achten wir auf die ökologischen Auswirkungen.

Aus diesem Grund haben wir auch vor Jahren beschlossen auf den „Genuss“ von Fleisch oder Fisch zu verzichten. Zuhause ernähren wir uns vegan, unterwegs meist vegetarisch, wenn vegan nicht zur Verfügung steht. Wir kaufen unsere Lebensmittel zu geschätzt 80 % bio ein, Gemüse fast zu 100 % bio. Zudem kaufen wir Gemüse fast komplett unverpackt ein. Für das Zubereiten jedes Mittagessens wird jeden Tag mindestens 1 Stunde eingesetzt und zum Essen lassen wir uns zwischen 30-45 Minuten Zeit.

Wenn wir beim Kunden essen, essen wir oft in 20-max 30. Minuten, leider fast nie bio.

Berichtsfragen

- Welchen Wert legen das Unternehmen und die Mitarbeitenden auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz?

Wir legen extrem hohen Wert darauf und setzen dies durch die Mitwirkung in der SoLaWi um. Geschätzt decken wir damit mind. 90 % unseres Gemüsekonsums ab. Obst und Trocken-Lebensmittel kaufen wir im ortsnahen Bioladen.

- Welche Verkehrsmittel benützen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?

Zum Homeoffice, wo LF ca. 90 % ihrer Zeit arbeitet, haben wir keinen Weg. RW hat 2016/2017 auf seinem regelmäßigen Weg nach München (4 Tage die Woche) den Zug benutzt sowie den Zweisitzer E-Auto (Twizy) für die 25 km zum Bahnhof und zurück nach Hause. Für die Aufträge weiter weg nutzen wir Bahn oder Auto.

- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden, gibt es Weiterbildungsangebote?

Da wir eine sehr hohe Sensibilität bezüglich dieses Aspektes haben, sehen wir hier keinen Bedarf. RW beispielsweise nimmt für sein Brötchen, dass er morgens beim Bäcker kauft, immer eine gebrauchte Brottüte mit.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft: ca. 90 %

- Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß:
ca. Zug: Auto = 80:20
- Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden in %:
Bahnfahrten und E-Auto werden zu 100 % genutzt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir werden zukünftig darauf achten, Verpackungsmaterial zu sparen, indem wir in die Bäckerei und den Bioladen verstärkt Tüten selber mitbringen und indem wir unsere Trocken-Lebensmittel verstärkt im Bio-Laden in Großverpackungen (z.B. 10 l Olivenöl im Kanister) oder als lose Ware bestellen.

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfrage

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

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Wir stimmen uns von Zeit zu Zeit über wichtige Themen ab.

Jeder von uns hat alle Freiheiten in der Entscheidung, dennoch besprechen und entscheiden wir viele wichtige uns gesamt betreffende Themen gemeinsam.

Das systemische Konsensieren ist uns ein sehr großes Anliegen, deshalb besprechen wir, welche Widerstände gespürt werden und welche Bedürfnisse bei den verschiedenen Optionen erfüllt oder eben auch nicht erfüllt sind.

Es braucht aus meiner Sicht keinerlei Hierarchien – was es bei zwei Menschen ohnehin nicht gibt – aber es gibt Situationen in denen der eine oder die andere mehr versteht und deshalb die Entscheidung allein trifft und den anderen lediglich informiert und nach einem schwerwiegenden Einwand fragt. In unseren Gemeinwohlorientierten Projekten üben wir sehr konsequent Gemeinschaftsentscheidungen zu treffen, insofern sind wir in diesem Punkt sehr sensibilisiert.

Berichtsfragen

- Welche wesentlichen/kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?
Für die beiden GF sind alle Daten zugänglich. RB hat aufgrund seines eng und räumlich abgegrenzten Tätigkeitsbereichs in der Gärtnerei kein/kaum Interesse an Unternehmensdaten gehabt, alle seine diesbezüglichen Fragen haben wir jederzeit beantwortet.
- Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?
Es gibt keine Führungskräfte, sondern nur zwei GF und einen Angestellten.
- Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheits-demokratisch oder konsensual mitbestimmen?

Der Angestellte RB hat für seinen Bereich alles konsensual in Absprache mit der GF entscheiden können, bei größeren finanziellen Entscheidungen, die seinen Bereich nicht betreffen, wie z.B. Auto-Kauf, wurde er nicht einbezogen, da er nur kurzzeitig beschäftigt war (knappes Jahr).

- Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?

Wir beiden GF sind diesbezüglich völlig gleichberechtigt, RB war für seinen Arbeitsbereich auch komplett einbezogen. In unseren ehrenamtlichen Projekten, v.a. bei der So-LaWi, haben wir die Lehre gezogen, dass wir Menschen nur noch dann mitbestimmen lassen, wenn sie auch bereit sind, ihren Anteil an der Umsetzung zu leisten, sei es finanziell oder durch eigenen Zeiteinsatz. In unserem GFK-Netzwerk Allgäu hingegen leben wir Transparenz und Mitbestimmung zu fast 100%.

Verpflichtende Indikatoren

- Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %). Unter uns in der GF 100%.
- Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden (in %). Keine Relevanz, da keine FK
- Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %). In bezug auf die Mitwirkenden ca. 90 %.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt? Ja.

D

Unsere Kunden sind Unternehmen, Organisationen und Einzelpersonen.

Unsere Geschäftspartner*innen/Konkurrent*innen/Mitanbieter sind ihrerseits selbständige Unternehmer*innen oder Unternehmen.

Wir bieten oftmals gemeinsam mit anderen unsere Leistungen an,

- da wir nur ein sehr kleines Unternehmen sind und „die großen Jungs ja nur mit den großen Jungs spielen wollen“ oder
- weil es große Gruppen sind (> 20 Personen) oder
- weil wir die Zusammenarbeit mit anderen Trainer*innen/Berater*innen als unterstützend, inspirierend und hilfreich empfinden.

Wir suchen uns unsere Kunden aus. Uns ist wichtig, dass ein gewisses Grundverständnis von Werten vorhanden ist, anderenfalls wird die Arbeit schnell zum Stress.

Wenn wir mit Kunden zusammenarbeiten, erarbeiten wir für die Seminare die Inhalte gemeinsam, es gibt also keinen anonymen Produktverkauf, sondern nur individuelle Dienstleistung.

Wir arbeiten weder für Banken, noch für Versicherungen und Finanzdienstleistungs-Unternehmen, noch für die Pharmaindustrie oder die Atom- und Waffenindustrie sowie deren Zulieferern (Kleidung, technische Ausrüstung).

Wir arbeiten für und mit Bildungsträgern, Unternehmen der Kommunikationsbranche, der Automobilindustrie, der Bauindustrie, Krankenhäusern, Sozialorganisationen (incl. Schulen). Wir arbeiten gern mit Unternehmen, die sich in Richtung der Gemeinwohlökonomie offen oder sogar interessiert zeigen.

Das Finden von Kunden ist für uns die größte Herausforderung überhaupt, weil wir uns schwer tun, auf mögliche Interessent*innen zuzugehen. Die Eigenwerbung fällt uns schwer. Deshalb kooperieren wir gerne mit anderen Anbietern zusammen und stellen unsere Leistungen dort zur Verfügung. Für die Kundenansprache und die Kundengewinnung treten wir gerne einen signifikanten Anteil unserer Einnahmen ab.

D1 Ethische Kundenbeziehung

Wir haben ein Werteverständnis in Bezug auf den menschlichen Umgang, den Sinn von Produkten und der Schädlichkeit von Produkten.

So wählen wir unsere Kund*innen aus. Und informieren auch über unsere Website unsere Interessent*innen über unsere Vorstellungen und unsere Kriterien.

Wenn etwas schiefgeht, dann sind wir interessiert an einer Regelung, die für alle Seiten tragbar ist. Wenn wir Fehler gemacht haben, suchen mit den Kund*innen nach Möglichkeiten zum Ausgleich und übernehmen diesen.

In unseren Werbungen (im Regelfall nur Antworten auf direkte Anfragen oder Vorträge) gehen wir auf unsere Wünsche und Vorstellungen ein und hören die Wünsche und Vorstellungen unserer Vortrags- oder Seminar-Teilnehmer*innen. Wir haben den Anspruch an uns, Aufträge mit absoluter Zuverlässigkeit und Professionalität zu erfüllen. Das ist unser Verständnis von gemeinsamer Kooperation und Wirkung.

Berichtsfragen

Wie werden neue Kund*innen gewonnen und wie Stammkund*innen betreut?

Unsere Akquiseaktivitäten erfolgen aktiv über Vorträge, Workshops und über unsere Website. Auch über Empfehlungen unserer Kunden kommen neue Kunden zu uns.

Unsere Werte/Prinzipien im Umgang mit neuen und mit Stamm-Kund*innen sind v.a.: Wertschätzender Umgang miteinander auf Augenhöhe, Vertrauen, Fairness, Offenheit & Ehrlichkeit, Authentizität, Transparenz, Klarheit, Zuverlässigkeit, Sinnhaftigkeit, Kompetenz & Professionalität.

Diese Prinzipien sind tief in uns verankert, Teil unserer Lebensphilosophie und unseres Verständnisses als Trainer*in, Coach & Berater*in und wir frischen unsere Sensibilisierung gegenseitig und im Austausch mit Gleichgesinnten (GFK- und GWÖ-Treffen) regelmäßig auf. Wir haben kein schriftliches Konzept dafür, sondern leben es im Alltag im Miteinander mit dem Kunden.

Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kundennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?

Wir erarbeiten üblicherweise die konkreten Seminar- und Beratungsinhalte in Abstimmung mit unseren Kunden und bieten kaum Standardschulungen an. Ausnahme sind die von uns selbst veranstalteten offenen Seminare „Einführung in die Gewaltfreie Kommunikation“. Wird ein solches Angebot von einem Unternehmen angefragt, wird das Standardmodell zwar als Grundlage angenommen, jedoch immer auf die spezifischen Anforderungen des Unternehmens adaptiert. Insofern gehen wir auf die Bedürfnisse der Kund*innen möglichst ein, da uns das auch die größte Zufriedenheit garantiert. Im Projektmanagement verhandelt RW mit dem Auftraggeber den Rahmen seiner Tätigkeit und setzt dann die Anforderungen entsprechend um.

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?

Soziale Einrichtungen, v.a. Schulen oder ehrenamtlich tätige Organisationen haben meist Schwierigkeiten, die in der Industrie üblichen Seminarpreise zu zahlen. Für diese Kund*innen reduzieren wir unsere Preise üblicherweise auf das für sie tragbare Niveau. Wir machen in unseren Angeboten immer deutlich, dass es uns wichtiger ist, dass wir die Bedürfnisse nach Weiterentwicklung abdecken, als dass wir eine hohe Vergütung bekommen.

Verpflichtende Indikatoren

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

Marketingmaßnahmen (2016/2017)	TEUR (2016/2017)	Anteil am Marketingbudget in % (2016/2017)
Druckkosten	0,5 / 0,1	72 % / 1 %
Anzeigen, Werbung	0,1 / 0,3	4 % / 2 %
Photobuch	0,3 / 0,4	37 % / 4 %
Folierung Auto, Aufkleber	0 / 5,6	0 / 48 %
Webseite	0 / 4,5	0 / 39 %
Messeausstattung	0 / 0,9	0 / 7 %
Gesamt	0,9 / 11,8	100 % / 100 %

Ein Marketingbudget im klassischen Sinne gibt es nicht. Ein Kundenbeirat macht in unserem Geschäft kaum Sinn, da immer wieder individuelle Kundenanforderungen an uns herangetragen werden, auf die wir reagieren. Wir beschäftigen kein Marketing- oder Verkaufspersonal. Mögliche Interessent*innen werden im Vorfeld dahingehend geprüft, ob sie gegen unsere ethischen Grundsätze verstoßen.

Wir haben kein schriftlich niedergelegtes Marketingkonzept. Wir arbeiten ausschließlich in unseren persönlichen Netzwerken. Wir beschäftigen keine Agenten, keine Kaltakquise, CallCenter etc.

Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %
RB wurde fix bezahlt. LF/RW als Geschäftsführer*innen erhielten beide Jahre eine Tantieme, die sich am erzielten Gewinn orientiert. Unser Verständnis ist dabei nicht, dass derjenige, der viel Umsatz generiert, mehr Tantieme bekommt, sondern dass wir den Gewinn zwischen uns möglichst fair (=gleich) und möglichst steuerneutral aufteilen. Da wir privat ein Paar sind und unsere Finanzen über ein gemeinsames Konto regeln, ist die Aufteilung der Tantiemen für uns nicht von Bedeutung.

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: nein

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird. unwesentlich (< 1 %)

Aufträge von sozialen Einrichtungen (z.B. Schulen): 2016 ca. 1 TEUR / 2017 ca. 2 TEUR

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Für den Bereich D1 fehlen uns konkrete Ideen sowie der Anreiz, etwas zu verändern.

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden? Ja

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

Die Zusammenarbeit mit anderen Mitanbietern (Trainer*innen und Trainings-Instituten), bei der alle gewinnen, liegt uns am Herzen.

Wir arbeiten im Rahmen der GWÖ in verschiedenen Akteur*innenkreisen aktiv mit. Wir übernehmen organisatorische Arbeiten und unterstützen mit unserem KnowHow Kolleg*innen (z.B. Berater*innen = andere Unternehmer*innen, Mitbewerber*innen/Konkurrent*innen).

Das Leben wir auch im Bereich der Gewaltfreien Kommunikation durch ein regionales Netzwerk im Allgäu.

Im Bereich des Projektmanagements arbeiten wir ebenfalls mit Trainer-Kolleg*innen zusammen und unterstützen uns in der Umsetzung von Aufträgen.

Die jährlichen oder saisonalen Schwankungen sind dabei erheblich, insofern kann es über Jahre auch keinen gemeinsamen Kontakt geben, deshalb bleiben wir dennoch verbunden und wenn irgendwann, irgendwo ein Bedarf auftritt, dann stehen wir zur Verfügung oder sprechen Kolleg*innen an.

Zusammenarbeit ist nicht immer leicht und auch nicht immer von Erfolg in der Umsetzung gekrönt, aber wir sehen in den Kooperationen auch eine Chance, unsere Defizite in der Akquise auszugleichen.

Was wir einbringen können sind Erfahrungen aus Umsetzungen (GWÖ/GFK/Projektmanagement) und das geben wir in Lernwegveranstaltungen, Peergruppen und

Projekteinsätzen gerne auch an andere Menschen weiter. Unsere Erfahrungen kommen so einer größeren Gruppe von Menschen zu Gute und auch wir profitieren von den Erfahrungen anderer Organisationen und können uns so weiterbilden und weiterentwickeln.

Wir fragen nicht erst nach unserem Vorteil einer Kooperation, sondern an erster Stelle nach Sinn und Wirkung unseres gemeinsamen Handelns. Auch das persönliche Miteinander spielt eine wichtige Rolle bei der Entscheidung einer Kooperation.

Wir vertrauen darauf, dass im Großen und Ganzen auch ein wirtschaftlicher Ausgleich stattfindet, auch wenn es dazu mehrerer Stufen und Schritte bedarf. Ein zwingender Ausgleich zwischen den unmittelbar beteiligten Partnern, so wie es das klassische bzw. kapitalistische Wirtschaften erfordert, ist für uns nicht sinngemäß und deshalb auch nicht hilfreich.

Ein Beispiel: die gleiche Bezahlung gleicher Leistung. Ich (RW) lebe den Ansatz so, dass ich immer meine ganze Energie einsetze, auch wenn die Wertschätzung durch „Bezahlung“ sehr unterschiedlich ist. Wenn ich dann merke, dass meine Bereitschaft zur Leistungserbringung mehr und mehr schwindet, beende ich das Engagement, bevor ich ganz und gar „leerlaufe“. Wenn ich andererseits merke, dass ein Kunde wirtschaftlich sehr stark ist, dann nehme ich für dieselbe Leistung, die ich eben quasi verschenkt habe, einen vielfachen Preis. So schaue ich, dass insgesamt ein Gleichgewicht zwischen Geben und Nehmen entsteht.

Berichtsfragen

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

- Julia L. – GFK-Trainerin: gemeinsames Seminar -> gegenseitiges thematisches Be-fruchten & Inspiration; größere Reichweite/ Resonanz
- Netzwerk GFK Allgäu: GFK-Tag Allgäu -> größere Sichtbarkeit für die GFK und für uns Trainer*innen
- GWÖ: Armin H. (gemeinsame Veranstaltungen), Isabella K. (Lernweg mit RW), di-verse Auditor*innen (gemeinsame Audits bei großen Firmen) -> Unterstützung, Inspi-ration, Weiterentwicklung

Wir treffen uns im Rahmen des GFK Allgäu Trainer*innen Netzwerkes alle 3 Monate zu einem ganztägigen Austausch/Intervision, in der Zwischenzeit einmal zu einem abendlichen Austausch/Intervision. Im Rahmen dieses Treffens werden sowohl Trainingsinhalte wie auch gemeinsame Marktgänge (Akquise, Veranstaltungen, Internetauftritt, Trai-ningsideen, Trainingsfragen) kollegial bearbeitet. Gemeinsame Aktivitäten werden be-sprochen, beschlossen und umgesetzt.

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

In den Netzwerken, wo wir aktiv sind, unterstützen wir andere Trainer*innen bei unseren ge-meinsamen Treffen mittels persönlicher Empfehlungen, Wissensweitergabe, Intervision, Ideen etc. und nehmen auch diese von den anderen in Anspruch.

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 Erstel-lung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?

Für gemeinsame Produkte (GFK-Seminar, GFK-Workshop-Tag) hat LF 2016 ca. 100 Stun-den eingesetzt, 2017 ca. 50 Stunden, RW ca. 12 Stunden je Jahr (GFK-Workshop-Tag).

Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt:

Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (GFK-Tag, gemeinsames GFK-Seminar mit Kollegin): ca. 1 % der Zeit/des Umsatzes in 2016/2017

Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen (GWÖ Lernweg, gemeinsame Audits): ca. 2 % der Zeit/ des Umsatzes in 2016/2017

Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG: 0 %

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: x/3)

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards: Mitgliedschaft im BMWA (Bundesverband Mediation in Wirtschaft und Arbeitswelt e.V.), GWÖ

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying): Mitgliedschaft im BMWA

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards: Mitgliedschaft im BMWA, GWÖ

Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen

anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? 0
der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? 0

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen

anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? 0 %

der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge) 0 %

Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen

anderer Branchen 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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verbesserungspotenziale/Ziele:

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird? Ja.

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Unsere Dienstleistungen transportieren den ökologisch sozialen Ansatz immer mit. Ökologische Aspekte bringen wir in jedem Fall und zu jedem Thema ins Gespräch. Da wir entweder mit der Bahn oder dem Elektroauto zum Kunden fahren, haben wir das Gesprächsthema immer, weil die Reichweite des Autos ein Nachladen erfordert oder der Materialtransport Unterstützung vom Kunden. Wir meinen, wenn wir mit dem Auto zum Kunden fahren oder zu unseren Projekteinsatzorten, dann ist das Fahrzeug mit Energie aus der Sonne aufgeladen. Stimmt das wirklich? Wenn wir mit dem Zug fahren, meinen wir, wir fahren mit einem Zug der grüne Energie nutzt. Aber unsere Hausstrecke (vom kleinen Dorf nach München) ist gar nicht elektrifiziert. Wir haben es erst bemerkt, als die Strecke wegen Elektrifizierung in 2018 für ein halbes Jahr stillgelegt wurde und wir mit Diesel-Bussen die Strecke überwinden mussten. Das machte uns bewusst, dass jede Fahrt zum Kunden eine Belastung für die Umwelt ist. Wir beschäftigen uns mit der Frage: Wird diese Verschmutzung, die wir auslösen, durch unsere Wirkung wieder ausgeglichen? Und wie können wir unsere Wirkung eigentlich feststellen?

Reicht uns ein positives Feedback am Ende des Seminars? Oder müssten wir da nicht noch aktiver werden?

Suffizienz ist schon ein ziemlich ungewöhnliches Wort. Unsere Interpretation davon ist, dass wir „Stoffeinsatz“ vermeiden wollen.

In all unseren Maßnahmen machen wir unsere Kund*innen darauf aufmerksam, dass unser Handeln – jegliches Handeln – ökologische Konsequenzen hat.

Wir ermutigen unsere Kund*innen, das Thema selbst zu denken und eine eigene Einstellung dazu zu bekommen, mit dem Ziel, das eigene Handeln zu überdenken.

Wenn sich Alternativen anbieten, versuchen wir sie mit all ihren Faktoren zu klären und entsprechend zu handeln. Allerdings ist die virtuelle Konferenz – auch wenn es heute dank Internet mit Video und App-Sharing häufig möglich ist, einen persönlichen Kontakt mit entsprechenden ökologischen Auswirkungen in der Anreise zu vermeiden – oftmals zu einer persönlichen Begegnung keine Alternative. Bei der Hauptauftraggeberin in 2016/2017 (Projektmanagement) hätte ich (RW) nicht vertreten können. Dem Wunsch nach einem regelmäßigen Home-Office-Tag, folgte das Unternehmen nicht, obwohl im Unternehmen Videokonferenzen einen hohen Stellenwert und Anteil haben. Dennoch stellen wir fest, dass der Anteil der virtuellen Treffen in den letzten Jahren deutlich angestiegen ist. Im Vergleich zum Status vor 10 Jahren beziffere ich (RW) den Anteil so, dass heute etwa 15-20% der gemeinsamen Arbeit nicht in einem gemeinsamen Büro stattfinden, sondern virtualisiert sind. Je nach Inhalt der Dienstleistung ist dieser Anteil größer oder kleiner. Im Bereich Trainings haben wir noch große Scheu, auch auf virtuelle Medien zu setzen.

Berichtsfragen

- Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?

Diesbezüglich geht es bei unseren DL im Grunde genommen ausschließlich um die Frage, ob wir die Termine (Seminare, Projektmanagement) statt persönlich an einem anderen Ort nur virtuell, also vom Büro aus, abwickeln. Es geht also immer um die

ökologischen Auswirkungen unserer dienstlichen Fahrten mit Auto und Zug. Die Höhe der Auswirkungen hängt von der Entfernung zum Ort der Leistung ab.

- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?

Zugfahren bei langen Strecken und regelmäßig wiederkehrenden Fahrten (z.B. 4 Tage pro Woche Projektmanagement in München), E-Auto bei nahen Strecken, generell keine Flüge

- Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert?

Die Themen an sich und die damit verbundene Haltung sowie unsere persönliche Integrität sind Garant dafür, dass diese Anliegen immer wieder im Fokus sind.

- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?

Wir sehen bei unseren DL keine Gefahr, dass der Konsum übertrieben würde.

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

Unsere Dienstleistung birgt keine Konsumgefahr (wer beschäftigt sich schon gern mit seinen Konflikten oder Kommunikationsdefiziten), sondern wird nur im Bedarfsfall abgestimmt abgerufen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: Beschäftigung mit dem Thema „virtuelle Seminare“.

Verstärkte Forcierung von virtuellen Treffen, z.B. bei den Treffen der GFK Allgäu Trainer*innen.

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt? Ja.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Unsere GmbH hat das Elektroauto angeschafft (statt Nutzung des privaten Gas-Autos). Da wir das E-Auto entsprechend versteuern, können wir es auch privat nutzen. Das heißt in unserem privaten Bereich befindet sich kein Auto mehr, mit Verbrennungsmotor.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Unsere Produkte entstehen in Kooperation, im Gespräch mit unseren Kund*innen. Unser Konzept ist, uns zunächst über Bedarfe austauschen und dann zu beginnen, eine entsprechende DL zu entwickeln.

Energie: Was brauchen wir und warum und wieviel, erst dann suchen wir nach Angeboten und kümmern uns um neueste Entwicklungen.

In der Arbeit mit der GWÖ treffen wir uns in den unterschiedlichsten Gruppen (Unternehmer*innen = Dienstleistungsempfänger, AK Berater*innen = Dienstleistungsanbieter, AK Auditor*innen = Dienstleistungsanbieter und Entwickler) und hinterfragen permanent unser Handeln.

Gemeinsam in diesen Kreisen entwickeln wir die Produkte weiter. Matrix 4.0/4.1/5.0 in den letzten 7 Jahren.

Wir entwickeln Hilfsmittel zur Umsetzung (Websites, Arbeitsbuch, bestpractices) und beteiligen uns an Kalibrierungen zur Qualitätserhöhung (im AK Auditor*innen).

Gleichzeitig ist die Mitwirkung in Vereinigungen, Verbänden bei uns ein Teil der Netzwerkarbeit und dient nicht nur der Weiterentwicklung von Standards sondern auch der Akquise.

Berichtsfragen

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?
Die Kund*innen geben vor, was sie sich vorstellen und wir gehen in unseren Angeboten entsprechend darauf ein (mündlich & schriftlich).
- Werden Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?
Diesbezüglich sind uns keine Hinweise bekannt. Falls welche kämen, würden wir diese offen prüfen und aufnehmen.
- Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?
 - Inhaltsstoffe, gibt`s bei uns nicht.
 - Bei unseren DL gibt es keine Wertschöpfungskette, z.B. beim Seminar.
 - Ökologisch relevante Informationen gibt es höchstens bezüglich der Anreise zum Seminarort. Wenn das Seminar bei uns ist, bieten wir das Abholen vom Bahnhof an, wenn jemand von weiter weg kommt.
 - Preisfindung: Hier gibt es Transparenz auf unserer Website für alle Veranstaltungen. Für individuelle Trainings und Vorträge verhandeln wir die Preise frei. Teilweise werden uns die Preise von der Veranstalterin vorgegeben, weil dieser ein einheitliches Preisgefüge wichtig ist, z.B. bei Vorträgen bei manchen vhs oder bei Audits für die GWÖ.

Verpflichtende Indikatoren

- Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund*innen entstanden sind. kein Umsatz
- Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes). kein Umsatz
- Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes). Preise für Vorträge, Seminare bei uns vor Ort und für Audits veröffentlichen wir auf unserer Website und auf Flyern, Preisbestandteile sind dort aus unserer Sicht nicht möglich oder nicht sinnvoll.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Seminarveranstalter, bei denen wir Seminare halten, könnten wir darauf ansprechen, dass sie die Anreise per Bahn für die Teilnehmer*innen empfehlen.

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfrage

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

E

Unsere Arbeit im gesellschaftlichen Kontext zu sehen ist für uns die Sinnfrage überhaupt. Die Kernfrage, die wir uns stellen, ist: Machen unsere Angebote von Dienstleistungen im Gesellschaftlichen Rahmen Sinn?

Und natürlich auch die umgekehrte Fragestellung: Macht unsere gesellschaftlicher Kontext für uns Sinn?

Wir hinterfragen uns im System unserer Gesellschaft und wir hinterfragen den Sinn unserer Gesellschaft und ihres wirtschaftlichen Handelns insbesondere.

Wir leben in einer kapitalistisch ausgerichteten Gesellschaft.

Unser demokratisches System ist eine Parteiendemokratie mit einer gewissen Vielfalt zwischen 5 Parteirichtungen. Das ist immerhin schon mehr als in den USA.

Deutschland und Europa sind in unserer Sicht unterschiedliche gesellschaftliche Kontexte. Die Frage ist also immer genau abzugrenzen, was genau wir als gesellschaftlichen Kontext verstehen.

Generell legen wir Wert darauf, dass Dienstleistungen und Produkte friedensfördernd sind. Produkte und Dienstleistungen sollten generell anstreben, immer weniger Schaden anzurichten als wie gerade, solange bis der Schaden so gering ist, dass nachfolgende Generationen keinen Nachteil gegenüber unserer Generation haben.

Unser westliches Wirtschaftssystem missachtet diese Grundsätze in erheblichem Grad.

Unsere politischen Strukturen sind nicht in der Lage, diese elementaren Anforderungen zu gewährleisten.

Also in welchem gesellschaftlichen Kontext leben wir eigentlich?

Und wollen wir genau diesen Kontext fördern?

Welche Alternativen von gesellschaftlichen Kontexten stehen mir/uns heute zur Verfügung?

Unsere Position dazu ist: Aktiv an Alternativen arbeiten.

Die GWÖ ist im Ansatz eine Alternative, wenngleich die Wirksamkeit (Steuervorteile, Vorteile in der Vergabe von Aufträgen) sich noch nicht abzeichnet.

Alternativen wie die Postwachstumsökonomie sind noch unkonkreter und unpopulärer, wenngleich gerade die Postwachstumsökonomie, das eigentliche Problem, nämlich unseren völlig überhöhten Rohstoffhunger noch viel deutlicher in den Fokus rückt als die GWÖ.

Ein weiterer Aspekt ist, dass das Erstellen von Nachhaltigkeitsberichten höchstens ein erster zaghafter Schritt sein kann.

Im Grunde müssten wir alle ein klares Bekenntnis abgeben, unseren persönlichen Rohstoffeinsatz erheblich zu reduzieren, also von den 3,2 Planeten runterkommen auf 1 Planeten.

Das würde bedeuten, dass wir unser gesellschaftliches Produktionsvolumen radikal reduzieren müssten.

Wir sehen als Unternehmen unseren Sinn darin, hierfür entsprechend zu sensibilisieren. Die Konsequenzen, so wie ich sie erkennen kann, würden den Zusammenbruch unseres heutigen Wirtschafts- und Politiksystems bedeuten, deshalb ist mir auch klar, warum weder Politik noch Wirtschaft hier zu Veränderungen bereit sind.

Es wäre ein klarer Machtverlust für die bestehenden Wirtschaftsmächte und die Politik hat aus meiner Sicht weder das Einsehen noch die Kraft, Entscheidungen gegen die Wirtschaft zu treffen, da sich die Politik von der Wirtschaft abhängig gemacht hat.

Was es bräuchte, wäre ein komplettes Umdenken und Umpriorisieren und dazu sehe ich die bestehenden Strukturen als nicht in der Lage und schon gar nicht willig.

Es bleibt also nur der Aspekt der Hoffnung, dass sich durch immer wieder beharrliches Thematisieren der Themen und Probleme langsam ein Problembewusstsein und ein Lösungswille entwickeln können.

Die Alternativen, die wir sehen, probieren wir in kleinem Maßstab aus.

Wir haben dazu mit engagierten Menschen eine Genossenschaft gegründet, in der wir andere Regeln umsetzen wollen.

Das Geldsystem ist ein anderes: Wir haben ein anderes Verständnis der Geldschöpfung umgesetzt. Jeder schöpft sein Geld selbst. Grundlage ist der Energie- = Zeiteinsatz in Gemeinschaftsprojekten (statt „Ehrenamt“).

Das Verständnis des Miteinanders (Demokratie) ist ein anderes, eher im Sinne einer Basisdemokratie, die ihre Entscheidungen für die Mitwirkung aller eröffnet (systemisches Konsensieren in Großgruppen).

Der Erfolg dieser Genossenschaft ist allerdings auch sehr gering, insofern ist die Frage berechtigt: Ist der Ansatz wirklich besser als das, was wir heute haben?

Mein Standpunkt dazu ist, die Bewusstheit und das Vertrauen der Menschen muss sich zunächst durch Üben noch weiter entwickeln, deshalb erhalten wir den Ansatz weiterhin aufrecht.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Wir sind ein Dienstleistungsunternehmen mit Schwerpunkt im Bereich Seminarbetrieb, Training, Coaching und Projektmanagement.

Unsere Schulungs-Angebote verfolgen das Ziel, Menschen für die Fragen der Grundbedürfnisse zu sensibilisieren.

Wir schulen in der Methode der Gewaltfreien Kommunikation (GFK) nach Marshall Rosenberg. Damit ist die friedvolle Beziehung zwischen Menschen das Hauptziel und der Hauptnutzen. Wir bieten

- private Kurse für Menschen, die sich für Beziehungsentwicklung interessieren,
- Firmenseminare zur Teamentwicklung in Bezug auf Kommunikationsfähigkeiten, die Respekt, Wertschätzung und Empathie fördern,

- Mediationen, die im wesentlichen auf die Verbesserung der zwischenmenschlichen Beziehungsebene ausgerichtet sind und weniger auf die Regelung wirtschaftlicher Zwistigkeiten.

Wir schulen im achtsamen Umgang mit der Natur und den Ressourcen durch Verbreitung der GWÖ.

- Wir begleiten dazu Unternehmen auf dem Weg der Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten nach Gemeinwohl Ökonomie Vorgaben, Matrix 4.1 und 5.0., DNK und GRI sehen wir als weitere Alternativen.
- Ausrichtung von Lernwegen in Kooperation mit der GWÖ,
- Durchführung von Audits für die GWÖ.

Wir verstehen die GWÖ als eine junge, dynamisch, sich entwickelnde, teils suchende Bewegung und nicht als Organisation.

Wir forschen

- im Bereich alternativer Energien, um uns von der Abhängigkeit von fossilen Energien und atomarer Energienutzung lösen zu können.
- Wir wissen und vermitteln, dass der Energiebedarf im Sinne einer Suffizienz erheblich reduziert werden muss, um das Überleben unseres Planeten für die Menschheit zu gewährleisten.

Wir setzen uns in unserem Permakultur-Projekt dafür ein,

- dass Menschen wieder ein Zugang zur Natur und zu naturnah angebauten Lebensmitteln (Gemüse) ermöglicht wird.
- Das Projekt erlaubt uns konkrete menschliche Erfahrungen in der Anwendung der GFK und der GWÖ zu machen.
- Wir sorgen für Humusaufbau durch Kompostierung und Mulchen, sowie diversen Pflanzen-Multikulturen anstelle von Monokulturen.
- Wir bauen mit der Hand an und nicht mit schweren Ackermaschinen, zur Förderung der Bodenlebewesen und zur Vermeidung von Zerstörung im Unterboden durch Bodendruck.

Wir dürfen dabei immer wieder neu erfahren, dass die Gesellschaft um uns herum und wir auf unterschiedlichen Pfaden unterwegs sind, und teils das Verständnis für unsere Themen sehr wenig entwickelt ist. Den gesellschaftlichen Mainstream bedienen wir mit unseren Produkten nicht. Wir lehnen die industriell geprägte Landwirtschaft ab. Wir arbeiten völlig ohne den Einsatz von Pestiziden und Fungiziden, die nach rechtlichen Bestimmungen von Deutschland und Europa durchaus legitim einzusetzen sind (s. Glyphosat-Diskussionen). In der gemeinsamen Ackerarbeit oder Hochbeetpflege finden wir mit allen begleitenden Menschen Zeit, um Lebensthemen zu besprechen und uns mit Achtsamkeit zu begegnen. Unsere Vision ist es, dass Mensch und Natur im Einklang im wechselseitigen Respekt füreinander eine Balance finden. Ein Traktor (ferngesteuert, Drohne), der seine Sprühbahnen zieht, oder ein vollautomatisiertes industriell arbeitendes Gewächshaus, in denen Pflanzen über Growbags ernährt werden, und Menschen eher ein Risikofaktor sind, ist für uns keine tragfähige Zukunftsvision, sondern eher eine Übergangsfehlentwicklung wie viele andere industrielle Entwicklungen ebenso. Der für den Planeten verträgliche Rohstoffgewinn sollte gefunden und umgesetzt werden. Profit auf Kosten der Natur, wie es für unsere Konsumgesellschaft und unser Wirtschaftssystem üblich ist, hat in unserer Wahrnehmung vernichtende Wirkungen. Der Klimawandel ist ein spürbarer Aspekt davon.

Wir messen für uns den Erfolg unserer Wirkung nicht an den Einnahmen in EURO, sondern wir messen für uns den Erfolg am zeitlichen Beitrag, den wir in sinnhafte Projekte einbringen. Die Aufmerksamkeit, die wir Themen schenken, ist in unserem Verständnis DAS Schöpfungselement und somit DAS Wirkungselement. Das Einbringen von Zeit in industrielle Abläufe sehen wir eher als sehr hinterfragungswert bis negativ, da leider ein wirtschaftliches und gesellschaftliches System unterstützt wird, das in unseren Augen viele, viele Fragen aufwirft und durch sein Handeln und Wirken sehr viel Schaden und Not verursacht. Nachdem wir nicht die Freiheit haben, uns wirtschaftlich unabhängig bewegen zu können, müssen wir (aus unserer Sicht, weil uns keine anderen Alternativen bekannt oder zugänglich sind) von Zeit zu Zeit unsere Fähigkeiten in den Dienst dieser Industrien stellen. Damit pendeln wir in unserem Unternehmen immer wieder zwischen den Welten hin und her. Wir sind immer wieder darauf angewiesen, unsere wirtschaftlichen Ansprüche durch Projektmanagement-Tätigkeit massiv zu unterstützen, um die wirtschaftliche Unabhängigkeit für unseren sinngebenden Projekte zu erlangen.

Zwischenzeitlich haben wir die Erkenntnis gewonnen, dass der Zeithorizont für das Bewirken eines gesellschaftlichen Wandels nicht in Jahren, sondern in Generationen zu bemessen ist. Zu groß sind die Beharrungskräfte und Gewohnheiten der Menschen. Das ist für uns manchmal entmutigend und braucht dann immer wieder Impulse und neue Nahrung um weiterzumachen. Die GWÖ-Bewegung/Gemeinschaft und die GFK-Gemeinschaft unterstützen uns dabei immer wieder durch gemeinsame Veranstaltungen und Erlebnisse.

Verpflichtende Indikatoren

Top 5 angebotene Produkte/ Dienstleistungen (in % des Umsatzes 2016/2017) [in % Stunden in 2016/2017]	Erfüllt folgende Grundbedürfnisse	Grundbedürfnisse oder Luxus?	Entwicklung der Menschen/ der Erde/ UN-Entwicklungsziele	Mehrfachnutzen/ einfacher Nutzen	Hemmender/Pseudoo-/ Negativnutzen
1. Projekt-Management-Tätigkeit bei O2(93,1%/95,6%) [RW: 68%/65%]	5. Teilnehmen/Kontakt/ Verbindung 9. Freiheit/ Autonomie	Luxus	keine	Mehrfach	Ggf. hemmender Nutzen
2. GWÖ (3,5%/2,7%) [RW: 6%, 8%] [LF:1%,1%]	1. Lebenserhaltung 8. Identität/ Sinn	Grundbedürfnisse	Entwicklung v. Nachhaltigkeit in Wirtschaft Ziel 8, 17	Mehrfach	-
3. GFK-Seminare (3,4%/2%) [RW: 3%, 1,3%] [LF:32%,34%]	1. Lebenserhaltung/ Gesundheit/ Wohlbefinden 4. Verstehen/ Einfühlung 8. Identität/ Sinn 9. Freiheit/ Autonomie	Grundbedürfnisse	Entwicklung der Menschen Ziel 4	Mehrfach	-

<p>4. Regionale Wirtschaftsgemeinschaft (kein EUR Umsatz, allerdings hoher Zeiteanteil) (Invest: -10%, -12%) [RW: 17%, 22%] [LF:20%, 21%]</p>	<p>1. Lebenserhaltung/ Gesundheit/ Wohlbefinden 5. Teilnehmen/ Geborgenheit 6. Muße/Erholung 7. kreatives Schaffen 8. Identität/ Sinn 9. Freiheit/ Autonomie</p>	<p>Grundbedürfnisse</p>	<p>Entwicklung einer nachhaltigen Wirtschaft Ziel 2, 8, 11, 12, 15</p>	<p>Mehrfach</p>	<p>-</p>
<p>5. alternative Energien (Invest: -5%, -4%) [5%, 3%]</p>	<p>1. Lebenserhaltung/ Gesundheit/ Wohlbefinden 9. Freiheit/ Autonomie</p>	<p>Grundbedürfnis</p>	<p>Ziel 7</p>	<p>Mehrfach</p>	<p>-</p>

Erläuterung der SDGs:

Ziel 2: Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern

Ziel 4: Inklusive, gerechte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für alle fördern

Ziel 7: Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und zeitgemäßer Energie für alle sichern

Ziel 8: Dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern

Ziel 11: Städte und Siedlungen inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig machen

Ziel 12: Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen

Ziel 15: Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodenverschlechterung stoppen und umkehren und den Biodiversitätsverlust stoppen

Ziel 17: Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung wiederbeleben

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Das ReWiG Projekt "Gemüsehaus" wurde durch die Beiträge der rw-cct gmbh wesentlich unterstützt: Sponsoring 2016 durch Beauftragung entsprechender Studien, Kostenübernahme in 2017 für einen Teilzeitgärtner als Angestellter der rw-cct gmbh, Teilnahme an Permakultur-Kurs

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- ab 2018 Aufgabe des Projektmanagement-Jobs
- Umsetzung der beauftragten Studie in den kommenden Jahren: GWÖ-Beet, Außenanlagengestaltung
- Webseitenaufbau für die Internetpräsenz

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Unser Unternehmen stellt **keine** menschenunwürdigen Produkte und Dienstleistungen, so wie sie aufgelistet sind, her.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Unsere Steuern an das bestehende System bezahlen wir, da ein Nichtbezahlen unter Strafe gestellt ist und gerichtlich unbarmherzig verfolgt wird.

Die Sinnhaftigkeit der Steuerverwendung kritisiere ich seit Jahren: Es werden Waffen gekauft, an Kriegen teilgenommen, wirtschaftlicher Druck ausgeübt, soziale Leistungen mehr und mehr abgebaut.

Korruption und Kartellbildung wird nicht aufgelöst, wie die jüngsten Erfahrungen mit dem Umgang im Dieselskandal mal wieder zeigen.

Der Wille zur Umsetzung höherer Ziele (Klimaschutz) wird unreflektiert dem wirtschaftlichen Vorteil geopfert. Trotzdem bezahlen wir Steuern im gesetzlich erzwungenen Umfang.

Unsere Beiträge zum Gemeinwohl erbringen wir durch unsere Engagements in sinnhaften Projekten:

- Sanfte Landbewirtschaftung, SoLaWi, Unterstützung von ökosozialen wirkenden Genossenschaftsstrukturen.
- Erarbeitung und Unterstützung alternativer Systeme wie der GWÖ und der Postwachstumsökonomie.
- Unterstützung von Gegenbewegungen zu globalen Industrien im Bereich Produktion und Landwirtschaft, Medizinischen Systemen.

Wir engagieren uns ehrenamtlich sehr umfangreich im Umfeld der Gemeinwohlökonomie (2016/2017 beide zusammen ca. 1 Tage/Woche; mehr als 80% davon ehrenamtlich) sowie der Regionalen Wirtschaftsgemeinschaft ReWiG Allgäu eG (beide zusammen ca. 3 Tage/Woche).

Weitere ehrenamtliche Einsätze in geringerem Umfang von LF bei ProNah e.V. sowie bei Bürger Energiegenossenschaft MTZ Energy eG (ca. insg. 5 Tage/p.a).

Hintergrund des Aufbaus der Regionalen Wirtschaftsgemeinschaft ReWiG Allgäu eG: Diese Organisation hat das gesellschaftliche Potenzial, die Arbeitsumgebung für jede/n Bürger*in nachhaltig zu verändern. Wesentliche Elemente sind hierbei:

- der eigene Marktplatz und
- die damit gekoppelte Komplementärwährung (Parallelwährung zum Euro) und
- die Einführung einer Zeitbank für die Projektarbeit, in der die persönlichen Zeiten für Gemeinschaftsprojekte im Bereich von ökologischen und sozialen Projekten erfasst werden.

Berichtsfragen

Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwens (z. B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)? Welche direkten materiellen Unterstützungen (z.B. Förderungen, Subventionen) erhält das Unternehmen andererseits?

Höhe der Steuern s.u. Wir erhalten keine 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?

ReWiG: wie unter E1 angegeben sind in den Jahren 2016 und 2017

	2016	2017
Invests	10% des Umsatzes	12% des Umsatzes
Arbeitszeit RW	17%	22%
Arbeitszeit LF	20%	24%

Ein Eigennutzen besteht hier gar nicht, denn alle Invests (Geld und Zeit) gehen in ein Gemeinschaftsprojekt. Das Projekt dient der konkreten Entwicklung eines gesellschaftlichen Parallelentwurfes, eine Wirtschaftsgemeinschaft. Die entnommenen Güter (Gemüseboxen) werden von den Privatpersonen zusätzlich bezahlt.

Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?

ReWiG: Erhöhung der Selbstversorgung mit biologischem Gemüse; Bewusstseinsveränderung hinsichtlich Enkeltauglichem Leben

GWÖ: Förderung der Bewusstheit hinsichtlich Nachhaltigkeit im Ganzen, v.a. in der Wirtschaft

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

Die enge Zusammenarbeit mit dem Steuerberater stellt die korrekte Versteuerung sicher.

Möglichkeiten für Korruption und negative Lobbyismus-Tendenzen sind für uns nicht erkennbar, daher ist dort kein Handlungsbedarf.

Verpflichtende Indikatoren

Umsatz: 2016: 150T€; 2017 175 T€

Nettoabgabenquote, darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

- effektiv bezahlte Ertragsteuern (Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer):

	2016	2017
Körperschaftssteuer	4,2 T€	6,7 T€
Solidaritätszuschlag	0,1 T€	0,2 T€
Gewerbesteuer	1,8 T€	2,9 T€
gesamt	6,1 T€	9,8 T€

- Lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber
s. Tabelle
Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten:
s. Tabelle

- abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen: 0
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.

	2016	2017
Gewinn vor Steuern	23,1 T€	10,5 T€
./. Netto-Abgaben		
davon UN-Steuern	4,2 T€	6,7 T€
Steuern und SV-Beiträge AG	0,9 T€	9,8 T€
davon LohnSt, SV-Beiträge AN	0	2,8
Nettoabgabenquote	22%	184%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

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.

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfrage

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

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Wir erheben unsere Verbrauchsdaten und haben im Laufe der Jahre eine immer weitergehende Sensibilisierung erreicht.

Unseren Einsatz an fossilen Energieträgern haben wir weitgehend reduziert.

Wir haben zwei Elektrofahrzeuge: ein Kleinstfahrzeug (Twizy) für Pendlerstrecken zum Bahnhof und einen Kleinwagen (Zoe) für alle restlichen Aktivitäten.

Unsere Fahrzeuge sind bewusst so gewählt, weil es aus unserer Sicht ausreichend ist für Fahrgeschwindigkeiten bis zu 105 km/h auf Autobahnen (Zoe), Höchstgeschwindigkeit Twizy=85 km/h.

- Wasserverbrauch ist reduziert, Regenwassertonnen stehen zum Gießen zur Verfügung.
- Stromverbrauch ist auf 100 % regenerativen Anbieter umgestellt (genossenschaftlich organisiert s. A1).
- Die Heizung ist derzeit noch fossil, steht aber an höchster Stelle, sobald sich eine wirklich gute Alternative zeigt.

Für den Fall, dass wir keine bessere Alternative finden, steht in den nächsten Jahren die Option an, nach Anschluss des Wohnortes (2017-2019) an das herangeführte Gasversorgungsnetz, die Heizung wenigstens auf Gas umzustellen.

Die Umrüstung auf Holz als Energieträger wird dabei ebenso erwogen wie alternative Technologien. Dazu wurde im Unternehmen ein eigener Zweig gegründet, der sich mit dem Thema Energie explizit auseinandersetzt.

Die Zusatzdämmung des Hauses wurde erwogen und per Kostenvoranschlag geprüft. Die Amortisationszeit durch geringe Energieverbräuche rechtfertigen einen Umbau aus wirtschaftlichen Gesichtspunkten nicht. Aus ökologischen Gesichtspunkten wäre es denkbar und sinnvoll, mögliche Alternativen bestehen in alternativen Wärmeversorgungen. Ein Umbau wird derzeit zwar erwogen ist aber noch geplant, da die Alternativen nur im experimentellen Stadium zur Verfügung stehen.

Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?
Als Dienstleister im Bereich Unternehmensberatung/-begleitung fallen keine Produktionsemissionen an. Verantwortlich für Emissionen sind der Betrieb der Büroräume (Heizung) und die Fahrten zum Kunden entweder mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder den Firmenfahrzeugen (mittlerweile elektrisch).
- Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht? s. Tabelle
- Wie werden Umweltdaten veröffentlicht? im GWÖ Bericht

Verpflichtende Indikatoren

Verbrauchsart	2016	2017
Ausstoß klimawirksamer Gase in kg	entfällt	entfällt
Reiseaktivitäten (CO ₂ Äquivalent) in km bzw. kg	ÖFV 38.856 km 1554 kg CO ₂	35912 km 1436 kg CO ₂
Benzinverbrauch	0	0
Stromverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg	Stromversorger Regenerativ 3436 kWh, Vermiedener CO ₂ Ausstoß 2233 kg	Stromversorger Regenerativ 5540 kWh, Vermiedener CO ₂ Ausstoß 3601 kg
Stromerzeugung	8250 kWh, vermiedener CO ₂ Ausstoß 5363 kg	8422 kWh, vermiedener CO ₂ Ausstoß 5474 kg
Gasverbrauch (und dessen CO ₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg	Gasfahrzeug ganzjährig 12.000 km; Verbrauchsan-gabe Kraftstoff pro 100km (8,5 ltr Gas GPL), kWh, 1771 kg CO ₂	Gasfahrzeug (bis April 2017) 3500 km; 517 kg CO ₂
Heizenergie in kWh/°C	1410 ltr Heizöl, 4470 kg CO ₂ 77,77 kWh/qm/a	1280 ltr Heizöl, 4058 kg CO ₂ 71,11 kWh/qm/a
Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m ³ (inkl. Dusche, Toilette, ohne Regenwassernutzung)	65 m ³ , Durchschnitt pro Kopf: 32,5 m ³ , Durchschnitt BRD 44 m ³ pP/A	69 m ³ , Durchschnitt pro Kopf: 34,5 m ³ , Durchschnitt BRD 44 m ³ pP/A

Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg	< 200 ml, Putz-,Waschmittel biologisch abbaubar	< 200 ml, Putz-,Waschmittel biologisch abbaubar
Papierverbrauch in kg	Recycling Papier, Volumen her nicht relevant (Memo)	Memo Bestellungen, Recycling Papier, ca. 5000 Blatt
Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg	Tintenpatronen, zwar vom Geldeinsatz nicht signifikant, aber durch fehlendes Recycling unschön; 54 EUR	Umfang: 46 EUR
Kunstlichteinsatz in Lumen, kWh	Umstellung auf Energiesparelemente seit 2009	konstant
Sonstige Schadstoffemissionen in kg	Keine bekannten	Keine bekannten

Werden die Umweltkonten auf CO2 normiert und pro Mitarbeitenden umgelegt, ergibt sich folgende Entwicklung über die Jahre:

Jahre	2018	2017	2016	2015	2014	2013
CO2-Ausstoß pro MA in kg	515	1.053	2.087	2.091	3.075	2.969

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Berichtszeitraum wurde die Umrüstung auf E-Fahrzeuge umgesetzt. Die Effizienz der E-Fahrzeuge macht sich im Energieeinsatz erheblich bemerkbar. Ähnlich wie im Jahreswechsel 2014/2015 der Verzicht auf Heizung mit dem Kachelofen (der Kachelofen ist eine Zusatzheizung für eine Teilfläche des Hauses. Durch den Verzicht auf die Zusatzheizung entstand der Reduktionseffekt), was im CO2 Ausstoß einen Sprung nach unten zur Folge hatte, wirkt sich jetzt der Umstieg auf E-Fahrzeuge entsprechend aus.

>>>>E-Auto primärenergieeinsatz Gasfahrzeug im Vergleich zum E-auto <<<<

Hinweis in Bezug auf E-Autos:

1. Dieser Effekt tritt nur ein, wenn gewährleistet ist, dass der Strom aus regenerativen Quellen genommen wird.
2. Die Herstellungsnachteile des Lithium-Ionen-Akkus sind uns nun bekannt, deshalb wird das Massen E-Fahrzeug der Zukunft hoffentlich nicht diese Technologie verwenden. Bis entsprechende Ersatzspeichertechnologien verfügbar sind, werden wir dennoch auf Verbrennungsfahrzeuge verzichten und E-Fahrzeuge bewegen. Bis dahin entscheiden wir für uns:
 - a) Der Akku sollte so klein wie möglich sein.
 - b) Das Fahrzeug sollte über eine möglichst niedrige Leistungsausstattung verfügen.
 - c) Höchstgeschwindigkeiten auf Autobahnen sollten bei < 100 km/h liegen, um einen unnötig hohen Energieeinsatz zu vermeiden. Hier eignen sich konkrete Messfahrten zur Feststellung des Leistungsverbrauches besser, als die Informationen der Fahrzeughersteller zu verwenden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Die Umstellung der Hausheizung ist ein letzter notwendiger Schritt, um die CO2 Bilanz weiter zu verbessern. Eine neue Technologie soll dazu zum Einsatz gebracht werden, die Praxisreife der Entwicklung ist noch nicht erreicht. Eine Umstellung auf eine Brückentechnologie kann/sollte erwogen 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.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

In einem Projekt erleben wir, wie schwierig die Einbindung des gesellschaftlichen Umfeldes ist, vor allem, wenn man neue Ideen umsetzen möchte. Details dazu werden zu gegebener Zeit veröffentlicht, im Moment gehen wir davon aus, dass eine Veröffentlichung die laufenden Prozesse eher behindern als fördern würden.

Wir veröffentlichen unsere GWÖ-Berichte aus dem Jahr 2013 und 2015 auf unserer Website und werden den aktuellen Bericht nach Fertigstellung ebenfalls veröffentlichen.

Eine Wirkungsfeststellung ist hier ebenfalls noch nicht wirklich spürbar, da das öffentliche Interesse sich bestenfalls auf medienwirksame mittlere oder größere Betriebe fokussiert, was sicherlich aus den heute gültigen Systemstrukturen nachvollziehbar ist.

Eine Pseudo-Wirkungsaussage unterstützt niemanden, deshalb möchten wir auch durch unseren Bericht im ersten Moment dadurch einen Beitrag leisten, in dem wir unsere Sichten transparent machen, wissend, dass wir damit deutlich außerhalb des aktuell bestimmenden Mainstreams liegen.

Verpflichtende Indikatoren

- Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung: unsere bisherigen Berichte sind auf der Website veröffentlicht
- Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad): keine sinnhafte Angabe möglich

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt: -

Verbesserungspotenziale/Ziele: -

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.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

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

Wir werden unseren nächsten GWÖ Bericht vorbereiten, den wir hoffentlich wieder nach dem Stand der M5 erstellen können. Die Umstellung von 4.1 auf 5.0 hat uns ein Jahr in der Durchgängigkeit gekostet. Für die Zukunft wünschen wir uns von der GWÖ einen längerandauernden Bestand (Konstanz, Stabilität) des Berichtsrahmens.

Wir haben das Ziel, unsere Beschaffung mehr zu strukturieren und auf die Erfassung von GWÖ Berichtsrelevanten Details auszudehnen. Inwieweit wir das mit der Buchhaltung in Zusammenhang bringen können oder ein eigenes Controlling dafür einsetzen können/müssen, wird sich noch zeigen müssen.

Langfristige Ziele

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

Wir möchten für uns die Messbarkeit unserer Beiträge und Wirkungen im Sinne der GWÖ noch deutlich verbessern (ITunterstützt). Zum ökologischen Aspekt planen wir mittelfristig, die Heizung unseres Hauses (Wohnhaus=Bürohaus) zu verbessern und nach Möglichkeit auf die Verbrennung fossiler Brennstoffe völlig zu verzichten.

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

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

EIGENER TEXT mit Verweisen zu den passenden Aspekten

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)

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Der Bericht wurde im Zuge einer Peergroup, die vom Nov 2018-Mai 2019 zusammengearbeitet hat, erstellt. Nach der Peerevaluation wird der Bericht zum externen Audit eingereicht.

Am Bericht gearbeitet haben Liane Faust und Roland Wiedemeyer zu gleichen Anteilen. An Aufwand haben wir in die Erstellung des Berichtes ca. 80 Arbeitsstunden investiert.

Datum: 24. April 2019