

Erst- und Kompaktbilanz des Unternehmens

Thomas Uloth Unternehmensberatung

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	Thomas Uloth Unternehmensberatung
Rechtsform:	Einzelunternehmen
Eigentums- und Rechtsform:	Inhaber
Website:	www.erfolgreich-im-wettbewerb.de
Branche:	Unternehmensberatung
Firmensitz:	Gierkezeile 12, 10585 Berlin
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	keine
Vollzeitäquivalente:	keine
Saison- oder Zeitarbeitende:	keine
Umsatz:	99.800
Jahresüberschuss:	34.750
Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen:	keine
Berichtszeitraum:	01.01.-31.12.2017

Kurzpräsentation des Unternehmens

Mein Unternehmen habe ich am 01.01.1991 als Einzelunternehmen gegründet. Ich führe das Unternehmen als freiberuflich beratender Ingenieur ohne Mitarbeiter. Für Nebentätigkeiten (Buchhaltung, Sekretariat) binde ich Dienstleistungsunternehmen.

In den ersten beiden Jahren der Selbständigkeit trat ich als Existenzgründungsberater für kleine Unternehmen auf.

In den folgenden 21 Jahren beriet ich große Produktionsunternehmen aus dem Automobilbau und ihren Zulieferern in Sachen Veränderung großer Produktionsanlagen. In der Folge steuerte ich als Projektmanager den Umbau in der Produktion.

Mit meiner Qualifizierung als Interim Executive Manager hatte ich einige Mandate als Führungskraft in Produktionsunternehmen. Zuletzt als Werkleiter eines Aluminium-Recycling Unternehmens in Norwegen.

Seit 2014 berate ich mit untenstehenden Beratungsthemen kleinere und mittlere Unternehmen in Berlin und Brandenburg.

Bevorzugt berate ich heute Unternehmer aus Handwerk und Produktion, die sich und ihr Unternehmen entwickeln wollen. Insbesondere trifft dies auf Unternehmer zu, die es anstreben, eine Gemeinwohlbilanz zu errichten, um als Gemeinwohl-Unternehmen seinen Kunden noch mehr Nutzen zu stiften.

Produkte / Dienstleistungen

Welche Produkte / Dienstleistungen bietet Ihr Unternehmen an?

Dies sind folgende Beratungsthemen:

- Finden und Einbinden von Mitarbeitenden nach dem Augenhöheprinzip
- Gewinnen und dauerhaft begeistern von Kunden mit Ko-Kreationsprozessen
- Ressourcen schonen und Verschwendung vermeiden zur Kosteneinsparung
- Ökologisch nachhaltiges Wirtschaften während der Leistungserbringung an ihre Kunden

Im Berichtszeitraum wurde ein Umsatz ausschließlich mit diesen Dienstleistungen erzielt.

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Mich überzeugt das Konzept der GWÖ und das Entwicklungspotenzial, was es den Unternehmen weltweit bietet, um einen entscheidenden Entwicklungssprung sowohl für den Unternehmer selbst als auch für sein Unternehmen zu machen, der helfen kann, die globalen Herausforderungen unserer Zeit zu lösen. Insbesondere die Minderung der Emission von Treibhausgasen, Minderung der Wasserverschwendung und Ernährung mit unbehandelten Lebensmittel. So will ich auch selbst für mein Unternehmen einen Gemeinwohlbericht erstellen, all meine Potenziale entfalten und einen Beitrag dazu leisten, die Welt ein Stück lebenswerter zu machen.

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

Ich selbst bin Mitglied der GWÖ im Energiefeld Berlin seit August 2017. Seit dem vierten Quartal nehme ich an Veranstaltungen der Regionalgruppe teil. Inzwischen strebe ich die Zertifizierung als Gemeinwohl-Berater im zweiten Halbjahr 2018 an.

Mit diesem Vorgehen will ich zweierlei erreichen: zum einen Vorbild sein für andere Unternehmen und zum anderen Erfahrungen sammeln, um als Gemeinwohl-Berater andere Unternehmen bei der Erstellung deren Gemeinwohlbericht und -bilanz gut zu begleiten.

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

Meine Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ im Energiefeld Berlin ist Gerd Hofielen, Humanistic Management Practices gGmbH, Matterhornstr. 47, 14129 Berlin, Mobil +49 178 2368814, www.hm-practices.org

Testat



TESTAT: AUDIT	KOMPAKT	Gemeinwohl-Bilanz	für:
		2017	Thomas Uloth Unternehmensberatung
		Auditor*in:	Nils Wittke

WERT	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette 20 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette 10 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 30 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 10 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung 0 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz 70 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge 20 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 50 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 100%
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen 10 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern 30 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 0 %	D4 Kund*innenmitwirkung und Produkttransparenz 10 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 10 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen 10 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 30 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 0 %

Testat gültig bis: 30.09.2020 **BILANZSUMME** 171

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. Nähere Informationen zur Matrix, den Indikatoren und dem Audit-System finden Sie auf www.ecogood.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Einstiegsfrage

- Was wissen wir über die Einhaltung der Menschenwürde bei unseren Lieferant*innen (z.B. Qualität der Arbeitsplätze), speziell bei unseren größten Lieferant*innen?

Meine größten Lieferanten für den Beratungsbetrieb sind Lieferanten für Büroraum, Energie, Telekommunikation, Internetverkehr und Sekretariatsdienstleistungen. Marginal sind Lieferanten für Briefpost, Büromobiliar, EDV-Equipment, Coaching und Beratung.

Der Lieferant smile! GbR beliefert mich mit Büroraum, Energie, Telekommunikation, Internetverkehr, Sekretariatsleistungen, Briefpost, Büromobiliar, EDV-Equipment als letztes Glied in der Lieferantenkette im Rahmen eines Pauschal-Arrangements. Als Mitgesellschafter dieses Lieferanten habe ich direkten Einblick auf die Einhaltung der Menschenwürde gegenüber der Mitarbeitenden.

Mit dem Verpächter des Büroraumes habe ich als Mitgesellschafter Einblick in dessen Geschäftsgebaren. Er ist als Privatperson Verpächter und für sich selbst für die Einhaltung der Menschenwürde verantwortlich. Seine Geschäftszeiten starten an Werktagen gegen 11:00 und enden vor 19:00.

Mit dem Verpächter habe ich als Mitgesellschafter Verhandlungen zum Wechsel des Stromanbieters zu einem ökologischen Anbieter geführt. Jedoch bislang ohne Erfolg. Mit den Dienstleistern Telekom, Versatel, Deutsche Post, IKEA, AComPC, Hausbank und Kfz-Versicherer habe ich noch keinen Versuch unternommen, diese auf Einhaltung der Menschenwürde zu überprüfen. Da kann ich mich lediglich auf die öffentlich zugänglichen CSR-Berichte zurückziehen.

Lieferanten für Coaching und Beratung sind allesamt Einzelunternehmer, die für sich selbst für die Einhaltung der Menschenwürde verantwortlich sind: Christiane Lüpken, Ines Gerecht, Wolfgang Runge und Achim Mühlheims.

Berichtsfragen

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

Liste der zugekauften Produkte/Dienstleistungen und Auswahlkriterien der Lieferant*innen.

Produkt/Dienstleistung	Auswahlkriterien
Buchhaltung	Genauigkeit des Zahlenwerks, Verfügbarkeit, Termineinhaltung
Sekretariatsdienstleistung	Qualität in Orthografie und Interpunktion, Verfügbarkeit
Coaching	Kompetenz des Coachs, Förderung meiner persönlichen Entwicklung
Beratung	Fachkompetenz, Lösung meines Problems
Netzwerkplattformen	Professionalität, Erhöhung Sichtbarkeit, Vertrauenswürdigkeit, Rentabilität
Marketingunterstützung	Konversionsrate, Rentabilität
Weiterbildungen	Didaktische Qualität, Mehrung meines im Business anwendbaren Wissens, Rentabilität

- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette überprüft bzw. evaluiert?**
 Meine Überprüfung sozialen Risiken beschränkt sich auf das letzte Glied der Zulieferkette: Sekretariatsdienstleistung der Fa. smile! GbR.
 Als Mitgesellschafter dieses Dienstleistungsunternehmens bin ich Mitentscheider bei der Einstellung und Führung der Mitarbeiter und kann insofern soziale Risiken ausschließen. Unsere Mitarbeitenden kommunizieren mit Wunschkunden, die Inhaber des Zulieferers smile! GbR achten auf wertschätzende Kommunikation im Unternehmen. Neue Bewerber haben die Gelegenheit im Rahmen einer Probearbeit sich zu entscheiden, ob sie das angebotene Umfeld annehmen möchten und ob die Mitarbeitenden den Bewerber als Bereicherung ihres Kollegenkreises erkennen.
 Die sozialen Risiken in der Zulieferkette vor dem letzten Zulieferkettenglied smile! GbR kann ich nicht beurteilen.
- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?**
 Zugekaufte Produkte und Waren sind alle CE zertifiziert.

Verpflichtende Indikatoren

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

Das gesamte Einkaufsvolumen (Betriebskosten) beträgt in 2017 31.662,12 €

Dienstleistung	Volumen	Quote
Buchhaltung	360,00	1,14%
Sekretariatsdienstleistung	12.003,36	37,91%
Coaching	4.680,00	14,78%
Beratung	2.544,00	8,03%
Netzwerkplattformen	3.138,33	9,91%
Marketingunterstützung	2.400,00	7,58%
Weiterbildung	6.536,43	20,64%

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

Unter fairen Arbeitsbedingungen sind m. E. Dienstleistungen dann erbracht, wenn die Leistungserbringer mehr als Mindestlohn erhalten, ihre Arbeitszeit nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstößt, Pausen und Urlaubsregelungen eingehalten werden und am Arbeitsplatz die Bestimmungen der Arbeitsstättenverordnung und die Nutzung von Werkzeugen und Geräten den Sicherheitsbestimmungen entspricht.

Dienstleistung	Status
Buchhaltung bis 03/2017	Nicht überprüft
Sekretariatsdienstleistung	Werden unter fairen Arbeitsbedingungen erbracht. Arbeitsstättenverordnungen und Sicherheitsbestimmungen zur Nutzung von Geräten werden eingehalten.
Coaching	Coaches achten nach eigenen Angaben auf life-balance.
Beratung	Berater achten nach eigenen Angaben auf life-balance.

Netzwerkplattformen BNI, BVMW, IBWF, VDG, Freelancer, BFB	Kriterien über beschäftigte Mitarbeiter der Plattformen sind nicht überprüft.
Marketingunterstützung	Marketingdienstleister achten nach eigenen Angaben auf life-balance.
Weiterbildung humantrust, Landsiedel-Institut	Kriterien über beschäftigte Mitarbeiter der Plattformen sind nicht überprüft.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ziel ist es, bis zur ersten Re-Zertifizierung in 2020 alle Dienstleister in der Lieferkette um Mitwirkung bei der Beurteilung der Kriterien zur fairen Leistungserbringung zu bitten.

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?

Mein Unternehmen kann nach Einschätzung und Beurteilung seiner wesentlichen Lieferant*innen im ersten Grad der Lieferkette – dies ist der Bürodienstleister Fa. smile! GbR – bestätigen, dass die Menschenwürde nicht verletzt wird. Erste Maßnahmen zur Etablierung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen – dies sind insbesondere Vertrauensarbeitszeit, eigenverantwortliche Erstellung des Einsatz- und Urlaubsplanes – bei den Mitarbeitenden des Lieferant*innen sind umgesetzt.

Die Zulieferer Telekom, Deutsche Post, Versatel, Vattenfall, Berliner Wasser, Hausbank und Versicherungsgesellschaft wurden für diesen Bericht auf menschenwürdige Erbringung von Produkten und Leistungen nicht überprüft. Für diese gelten die gesetzlichen Vorschriften der Arbeitsnormen und eine CSR-Berichtspflicht in den Bilanzen. Aus diesem CSR-Bericht kann man entnehmen, dass bei diesen Lieferant*innen Menschenrechte eingehalten werden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Einstiegsfrage

- Wie weit reicht unser direkter und indirekter Einfluss in der Zulieferkette auf die Gestaltung eines fairen und solidarischen Umgangs der Beteiligten miteinander?

Nur auf die zugekauften Dienstleistungen Telefon- und Büro-Dienstleistungen habe ich als Mitgesellschafter und Geschäftsführer der Fa. smile! GbR direkten Einfluss auf die Gestaltung eines fairen und solidarischen Umgangs der Beteiligten miteinander.

Meine Hausbank DKB veröffentlicht auf ihrer Website ihre Haltung gegenüber ihren Berührungsguppen. So gehe ich davon aus, dass auch bei diesem Dienstleister ein fairer und solidarischer Umgang mit den Beteiligten gepflegt wird.

Mit allen anderen nachrangigen Dienstleistern in der Lieferkette habe ich keine Informationen im Web gefunden und kann nicht von einem fairen und solidarischen Umgang ausgehen.

Berichtsfragen

- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?

Bei meinem Dienstleister für Sekretariatsdienstleistungen Sorge ich für innovative (im Sinne von gerechten) Lösungen bei der Mitarbeiterführung (flache Hierarchie, gemeinsame Events) und der Einhaltung ihrer Arbeitsplatzgestaltung (insbesondere die ergonomischen Bestimmungen von Bildschirmarbeitsplätzen, Gesundheitsförderung, Lärmschutz). Alle Mitarbeiter werden deutlich über Mindestlohn bezahlt und erhalten mehr Urlaubstage als gesetzlich vorgeschrieben. Das Dienstleistungsunternehmen ist mit seiner Marke „smile!“ bereits seit über 14 Jahren am Markt eingeführt.

Die Unternehmen in der Zulieferkette des Dienstleisters wurden bislang nicht überprüft hinsichtlich Label ihrer Produkte und einem fairen und solidarischen Umgang mit ihren Anspruchsgruppen.

Bei allen anderen Dienstleistern schätze ich ein, dass alle gesetzlichen Bestimmungen eingehalten werden. Denn ein Gesetzesverstoß bei Telekom, Deutsche Post, Versatel, Vattenfall, Berliner Wasser, Hausbank und Versicherungsgesellschaft wäre bestimmt in der Presse verlautbart worden.

- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Im Dienstleistungsunternehmen für Sekretariatsleistungen durch tägliche Kommunikation mit den Mitarbeitern des Unternehmens eventuell vorhandene Risiken und Missstände erfasst, beurteilt und nach Dringlichkeit durch geeignete Maßnahmen abgestellt.

Bei allen anderen Dienstleistungsunternehmen werden Missstände nur bei Einschränkung der vereinbarten Leistungslieferung festgestellt. In Gesprächen werden Maßnahmen zur Nachbesserung oder Wandlung besprochen, jedoch kein Einfluss auf innerbetriebliche Risiken und Missstände des Dienstleisters genommen.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt
In meinem Dienstleistungsunternehmen werden keine Rohwaren eingekauft.
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden
Mit allen Lieferant*innen wurde bislang weder ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert noch auf dieser Basis ausgewählt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Bei allen Lieferanten will ich bis zur ersten Re-Zertifizierung 2020 einen fairen und solidari- schen Umgang mit deren Anspruchsgruppen thematisieren.

Des Weiteren will ich die Label meiner eingekauften Produkte auf Solidarität und Gerechtig- keit überprüfen

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lie- ferant*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?

Das Unternehmen kann bestätigen, dass nach allen vorliegenden Informationen über den Hauptlieferant smile! GbR in der Zulieferkette Solidarität und Gerechtigkeit gewahrt und eine Marktmacht nicht ausgenutzt wird.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

Einstiegsfrage

- Was wissen wir über die Umweltauswirkungen in unserer Zulieferkette, insbesondere bei den größten Lieferant*innen bzw. jenen Produkten und Dienstleistungen, die mit hohen Umweltrisiken einhergehen?

Nur auf die zugekauften Dienstleistungen Telefon- und Büro-Dienstleistungen der Fa. smile! GbR habe ich direkten Einfluss auf die ökologische Nachhaltigkeit der Zulieferkette, denn ich bin in diesem Dienstleistungsunternehmen Mitgesellschafter und für den Geschäftsbetrieb mitverantwortlich: Stromanbieter, Büromaterialien aus Recyclingstoffen, Vermeidung von Plastik, Heizenergie sparen mit Thermostaten.

Auf alle anderen zugekauften Dienstleistungen habe ich nur indirekten Einfluss im Rahmen von Feedbackgesprächen und Vertragsgestaltung mit den unmittelbaren Dienstleistern.

Mit nachrangigen Dienstleistern in der Lieferkette habe ich keinen Einfluss. Bislang sehe ich nur die Möglichkeit, bei kritischen Beurteilungen im Web, das Vertragsverhältnis mit meinem Dienstleister zu lösen.

Berichtsfragen

- Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?

Rohwaren werden in meinen Dienstleistungsunternehmen weder eingekauft noch verarbeitet, da ich keine Produkte herstelle.

Produkte und Dienstleistungen werden nach den Kriterien hohe Qualität, lange Haltbarkeit und angemessenen Preis ausgewählt. Angemessen ist nicht der niedrigste Preis. Meinen Schwerpunkt lege ich auf lange Haltbarkeit.

- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?

Über ökologische Risiken in der Zulieferkette habe ich mich bislang nicht beschäftigt wegen der hohen Komplexität der Materie. Auch habe ich noch kein Tool gefunden, mit welchem ich mit vertretbarem Aufwand ökologische Risiken gut beurteilen kann.

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

Bei der Auswahl der Produkte ist die Materialqualität entscheidend. Wenn es Produkte mit alternativen Material-Beschaffenheiten (recyclebar, weniger Kunststoff) und weniger Energieverbrauch während des Betriebs gibt, fällt die Wahl auf das Produkt, welches die Umwelt am geringsten belastet.

Bei der Auswahl meiner Lieferant*innen für Dienstleistungen ist die Art der Kommunikation und der Fahrweg zwischen meinem Büro und dem Standort des Dienstleisters entscheidend: Telefon und Videokonferenzen werden gegenüber Präsenzveranstaltungen bevorzugt. Sollte der Gesprächspartner des Dienstleisters mit dem Pkw anreisen wollen, mache ich ihn auf nahe ÖPNV-Haltestellen meines Büros aufmerksam. Bei Konferenzen mit mehreren Personen schlage ich den Konferenzort vor, der die geringste Summe an Reiseentfernungen hat.

- Welche Unterschiede gibt es zu den Mitbewerbern hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Die ökologischen Einkaufskriterien der Mitbewerber sind mir bislang nicht bekannt. Hierzu kann ich keine Aussage treffen.

Verpflichtende Indikatoren

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

Produkt	Höherwertigkeit	Anteil
Notebook	Metallgehäuse statt Kunststoffgehäuse. Das Gerät ist inzwischen 8 Jahre alt, ist kaum mit obsoletter Redundanz gefertigt	100%
Dienstleistung		
Sekretariatsservice	Nutzung von Synergien für Büroraum, -ausrüstung und -infrastruktur für mein Unternehmen	100%

Für andere eingekaufte Dienstleistungen (Coaching, Beratung, Weiterbildung) wurden solche eingekauft, die passgenau für den erforderlichen Zweck waren. Die Dienstleistung der Buchhaltung wurde nach dem ersten Quartal 2017 nicht mehr in Anspruch genommen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In Lieferantengesprächen werden bis zur ersten Re-Zertifizierung in 2020 die ökologischen Einkaufskriterien in Erfahrung gebracht.

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?

Mein Unternehmen kann nur zum Teil bestätigen, dass keine Produkte und Dienstleistungen eingekauft werden, die in der Lieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen einhergehen. Der Einkauf technischer Geräte, Fachliteratur und Treibstoff für das Firmenfahrzeug erfolgt nach jeweiliger Verfügbarkeit.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Einstiegsfrage

- **Wie weit reicht unser direkter und indirekter Einfluss in der Zulieferkette auf die Gestaltung eines transparenten und partizipativen Umgangs der Beteiligten miteinander?**
Nur auf die zugekauften Dienstleistungen Telefon- und Büro-Dienstleistungen habe ich direkten Einfluss auf die Gestaltung eines transparenten und partizipativen Umgangs der Beteiligten miteinander, denn ich bin in diesem Dienstleistungsunternehmen Mitgesellschafter und für den Geschäftsbetrieb mitverantwortlich.
Auf alle anderen zugekauften Dienstleistungen habe ich nur indirekten Einfluss im Rahmen von Feedbackgesprächen und Vertragsgestaltung mit den unmittelbaren Dienstleistern.
Mit nachrangigen Dienstleistern in der Lieferkette habe ich keinen Einfluss. Bislang sehe ich nur die Möglichkeit, bei kritischen Beurteilungen, das Vertragsverhältnis mit meinem Dienstleister zu lösen.

Berichtsfragen

- **Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?**
Im Falle der eingekauften Dienstleistung Sekretariatservice fordere und fördere ich einen transparenten und partizipativen Umgang zwischen Unternehmensführung und Mitarbeitenden, denn ich bin auch Mitgesellschafter dieses Lieferanten. Konkret sind dies tägliche Frühbesprechungen zum aktuellen Tagesgeschehen, regelmäßig wöchentliche Besprechungen über Kunden- und Lieferantenneuheiten und alle vier Monate ganztägige Workshops zu strategischen Themen des Unternehmens.
Auch werden alle Mitarbeitenden in ihrem Aufgabenbereich mit Entscheidungskompetenzen und wirtschaftlichen Vollmachten ausgestattet.
Investitionen des Unternehmens werden auf den Workshops von allen Workshop-Teilnehmern in der Art und dem Investitionszeitpunkt beschlossen. Da eine Finanzierung in der Regel nur aus dem laufenden Gewinn möglich ist, fällt der Beschluss insbesondere im Bewusstsein der Schmälerung von Gewinnausschüttungen an Mitarbeitende und Gesellschafter. Aufgrund der Betriebsgröße gibt es keinen Betriebsrat.
- **Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?**
Förderung des transparenten und partizipativen Umgangs vom Unternehmensführung und Mitarbeitern der anderen Dienstleistungsunternehmen in der Lieferkette gibt es bislang nicht.

Verpflichtende Indikatoren

- **Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt**
Die an mich liefernde Dienstleistungsunternehmen tragen kein Label, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt.

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

Bislang wurde die Auswahl der Lieferant*innen nicht auf Basis eines transparenten und partizipativen Umgangs mit Anspruchsgruppen ausgewählt. Selbst im Sekretariatsdienstleistungsunternehmen wurde erst nach der Auswahl und Buchung des Lieferanten eine Transformation zu mehr Transparenz und Mitentscheidung gefördert und gefordert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Thematisierung des Umgangs mit Anspruchsgruppen zu mehr Transparenz und Partizipation mit allen weiteren Dienstleistern meines Unternehmens.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Einstiegsfrage

- **Wie stellen wir eine ausreichende Ausstattung mit Eigenmitteln sicher?**
Meine Honorareinkünfte aus Unternehmerberatungen stellen nur einen Teil meiner Einkünfte dar. Ich erziele weitere Einkünfte aus Gewerbebetrieb, Vermietung und Verpachtung. Bei Liquiditätsengpässen im Bereich Unternehmensberatung erfolgen bei Unterdeckung des Girokontos Privateinlagen, finanziert aus anderen Einkunftsarten.

Berichtsfragen

- **Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden überlegt?**
Ein Gewinn von Eigenmittel in der Unternehmensberatung wird durch genügenden Umsatz aus Beratungsaufträgen erzielt. Hierzu werden geeignete Marketingmaßnahmen vorgenommen, damit ich mit meiner spezifischen Beratungsleistung von meiner Zielgruppe erkannt werde.
Ein Gewinn von Eigenmitteln erreiche ich auch durch Einschränkung auf der Ausgabenseite auf das sinnvolle Maß.
Sollten sowohl Umsatzerzeugung und Kostensenkung nicht für genügenden Gewinn von Eigenmitteln ausreichen, werden Privateinlagen aus meinen anderen Einkommensarten zur Kostendeckung zugeschossen.
Als Notmaßnahme kann der Gewinn von Eigenmitteln aus der Auflösung von Rücklagen oder Veräußerung von Vermögenswerten bewirkt werden.
- **Welche Formen und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken konnten umgesetzt werden?**
Mein kontoführendes Bankhaus (Postbank) räumt mir für kurzfristige Liquiditätsengpässe derzeit ein Kontokorrentdarlehen von 20.000 € ein. Dieser Finanzierungsrahmen reichte seit Gründung meines Beratungsunternehmens in 1991 stets aus.
- **Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken verringert werden?**
Konventionelle Kredite werden derzeit in meinem Beratungsunternehmen keine in Anspruch genommen.
- **Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?**
Bislang ergab sich keine Notwendigkeit, Finanzpartner*innen zur Geldanlage in Bezug auf ethisch-nachhaltiger Ausrichtung ausfindig zu machen, geschweige denn zu bewerten.

Verpflichtende Indikatoren

- **Anteil Eigenkapital in Prozent**
Mein Beratungsunternehmen wird mit 100% Eigenkapital geführt.
- **Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche**

Der durchschnittliche Eigenkapitalanteil in der Beratungsbranche beträgt 33,1 %
(Quelle: <https://www.wko.at/branchen/k/information-consulting/unternehmensberatung-buchhaltung-informationstechnologie/beraterbranche-als-wachstumstreiber.html>)

- Fremdfinanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (Angaben in Tsd. EUR und in % vom Fremdkapital)
Im Berichtszeitraum 2017 wurde zu keinem Zeitpunkt ein Dispositionskredit genutzt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Für einen eventuellen Fall der Fremdfinanzierung werden Banken mit ethisch-nachhaltiger Ausrichtung recherchiert.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Einstiegsfrage

- Welche Bedeutung haben unsere Ausgaben als Einkommen für unsere Berührungsgruppen?
Größte Ausgabenpositionen sind in meinem Beratungsunternehmen Werbe-, Reise- und Fortbildungskosten. Sie dienen auf der empfangenden Seite als Umsatz zur Kostendeckung der Ausgaben und Gewinnerzielung meiner Berührungsgruppen.

Berichtsfragen

- Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?
Notwendige Zukunftsausgaben sind die einmal jährlich zu zahlenden Steuern auf mein Einkommen. Denn der Staat nutzt meine Steuern, um unter anderem Infrastrukturen zu schaffen, die ich für mein Unternehmen nutzen kann. Die Höhe des Steuerbetrages auf den voraussichtlichen Gewinn meiner selbständigen Einkünfte aus Beratungstätigkeit wird geschätzt. Monatlich wird ein Zwölftel des geschätzten Steuerbetrages auf ein Rücklagenkonto abgeführt.
Zukunftsausgaben für das Werkzeug „Notebook“ sind mit ca. 800 € stets aus liquiden Mitteln verfügbar.
Zukunftsausgaben für Weiterbildungsmaßnahmen werden jährlich budgetiert. Das Budget wird aus laufenden Einnahmen gespeist.
Zukunftsausgaben für Mobilität entfällt. Sollte das Betriebsfahrzeug stillgelegt werden, werden Angebote aus der Mietfahrzeug- und Car-Sharing-Branche genutzt.
- Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an Kapitalerträge mit welcher Begründung?
Als einziger Eigentümer meines Beratungsunternehmens beanspruche ich einen Ertrag aus meiner Unternehmensinvestition zum Selbstunterhalt für Wohnen, Kleiden, Lebensmittel, Steuern, Versicherung in Höhe von 2.000 € Monatlich.

Verpflichtende Indikatoren

Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit	34.785,80	Tsd. EUR
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben	19.298,46	Tsd. EUR
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben	12.074,76	Tsd. EUR
Anlagenzugänge	0,00	Tsd. EUR
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)	0,00	Tsd. EUR
Auszuschüttende Kapitalerträge	0,00	Tsd. EUR,
in...% vom Stamm- oder Grundkapital		

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Berichtsfrage

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

Das Unternehmen kann bestätigen, dass die Verteilung von Geldmitteln fair erfolgte. Ausgaben an meine Berührungsgruppen erfolgten stets ohne Verhandlung auf Nachlässe unter der Annahme, dass die von den Berührungsgruppen geforderten Preise angemessen sind.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Einstiegsfrage

- Welche sozial-ökologischen Folgewirkungen ziehen wir bei Finanzinvestitionen und Veranlagungen in Betracht?

In meinem Unternehmen standen im Berichtszeitraum keine Finanzinvestitionen an, die sozial-ökologische Folgewirkungen hätten haben können.

Berichtsfragen

- Welche Investitionen in eigene Anlagen haben ökologisches Verbesserungspotenzial?

Einzig anstehende Anschaffung ist die künftige Ersatzbeschaffung eines neuen Notebooks, keine Anschaffung im Sinne einer Finanzinvestition.

- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?

Für das Notebook sind Geldmittel in Höhe von 2.500 € inkl. Betriebs- und Grundsoftware eingeplant. Förderprogramme werden nicht beansprucht.

- Welche Investitionen wurden / werden konkret vorgenommenen?

Der Investitionszeitpunkt wird erst 2019 sein.

- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?

Es werden monatlich regelmäßig 6 €-Beiträge zur Finanzierung von Grundeinkommen an einen Träger überwiesen.

Verpflichtende Indikatoren

Investitionsplan inkl. ökologischen Sanierungsbedarfs	0,0 Tsd. EUR
Realisierung der ökologischen Investitionen	0,0 Tsd. EUR und 0% des Bedarfs
Finanzierte Projekte	0,0 Tsd. EUR 0% v. Veranlagung
Fonds-Veranlagungen	0,0 Tsd. EUR 0% v. Veranlagung

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Keine, da keine Finanzinvestitionen anstehen.

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?

Das Unternehmen kann bestätigen, dass das Geschäftsmodell nicht auf ökologisch bedenkliche Ressourcen aufbaut oder dass zumindest mittelfristig Ausstiegsstrategien verfolgt werden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Einstiegsfrage

- Wie können wir die gelebte Gemeinschaft in unserem Unternehmen beschreiben?
Da das Unternehmen weder Bank-Kredite noch weitere Miteigentümer hat, könnte nur die gelebte Gemeinschaft des Unternehmers mit sich selbst beschrieben werden.

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
Einzigter Eigentümer des Unternehmens bin ich selbst und trage die volle Verantwortung mit allen Pflichten und Haftungen.
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
Ich treffe alle Entscheidungen alleine.
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie wird die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet?
Um Entscheidungsgrundlagen nachhalten zu können, gibt es Dokumente und Aufzeichnungen über diese.
- Wie hat sich die Eigentümerstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?
Der Status Einzelunternehmen besteht bereits seit Gründung 1991. Es ist keine Änderung der Eigentümerstruktur beabsichtigt.

Verpflichtende Indikatoren

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

- Unternehmer*innen 100%
- Führungskräfte 0%
- Mitarbeiter*innen 0%
- Kund*innen 0%
- Lieferant*innen 0%
- Weiteres Umfeld 0%
- Nicht mittätige Kapital-Investor*innen 0%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

keine

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Berichtsfrage

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

Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Einstiegsfrage

- Was bedeutet Menschenwürde im Arbeitsleben für unser Unternehmen, und wie können wir für mehr Menschlichkeit im Unternehmen sorgen?

Menschenwürde bedeutet für mich in meinem Unternehmen Respekt vor meinem Gegenüber und wertschätzende Kommunikation mit diesem. Insbesondere auch ihn/sie mit all seinen/ihren Stärken und Schwächen so annehmen, wie er/sie ist und achtsam darauf sein, ihn/sie in seiner/ihrer Kraft zu lassen.

Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur im Unternehmen beschrieben werden?

An meinem Einzelunternehmen werden Zuverlässigkeit, Verfügbarkeit, Genauigkeit, Integrität, Gebermentalität, Freude und Vertrauen von meinen Kunden geschätzt. Dieses Feedback wurden in 4-Augengesprächen mit meinen Kunden an mich als Fachkraft gegeben. Daraus leite ich eine Unternehmenskultur für mein Beratungsdienstleistungsunternehmen ab, die faires wirtschaften, Kunden- und Serviceorientierung kennzeichnen.

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

Für mich als Einzelunternehmer zählt, jeden Tag Achtsamkeit zu üben, um nicht selbst in die Überforderung zu gehen. Am Morgen wird dem Start in den Tag Raum gegeben mit Bildung, Sport und Meditation. Während des Tages gilt die Maxime eher Treppe anstatt Fahrstuhl oder Rolltreppe bzw. Fahrrad oder zu Fuß statt Auto. Ich achte auf gesunde, weitgehend fleischfreie Ernährung für mich. Drei Mal im Jahr wird eine Fastenzeit eingehalten. Regelmäßige Vorsorgeuntersuchungen bei Haus- und Fachärzten finden statt. Die Wochenarbeitszeit überschreitet selten 40 Stunden. Ich gönne mir zwei Urlaube im Jahr von mindestens zwei Wochen.

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

Hierzu keine Angaben, da Einzelunternehmer.

Verpflichtende Indikatoren

- Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

Als Einzelunternehmer bin ich seit über 27 Jahren in den Rollen Unternehmer, Manager und Fachkraft tätig.

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

Im Berichtszeitraum habe ich mich seit April im Rahmen der Angebote der Firma Life Trust GmbH wöchentlich ca. 1,5 h zu diversen Themen (Kommunikation, Visionsbildung, Lebensaufgabe, Zielfindung, etc.) weitergebildet. Im Detail:

Zeitraum	Entwicklungsmöglichkeit	Tage	Std.
22.-24.05.2017	BNI M1-Training: Aufbau von Unternehmergruppen für gegenseitige Geschäftsempfehlungen	3	
Jun – Okt 2017	Unternehmercoaching mit Schwerpunkt „UnternehmensSinn“		10
21.06.2017	FutureDay 2017, Tagung über Megatrends für die Wirtschaft	1	
29.06.2017	Unternehmerwerkstatt, Tages-Workshop über eine eigene Produktentwicklung	1	
01.-02.07.2017	NLP-Kongress mit eigenem Workshop zum Thema „Wunschkundenbusiness für Trainer und Coaches“	2	
07.-09.07.2017	Unternehmerkongress mit eigenem Workshop zum Thema „Unternehmer-Braintrust“	3	
05.-06.09.2017	Weiterbildung „Mentorum“ zu Marketing- und Vertriebsstrategie	2	
Sep 2017 – Aug 2018	Intuitions-Coaching, Workshop und Einzel-Coachings	6	14
14.09.2017	Schulung zum Förderprogramm „unternehmensWert Mensch“		4
06.10.2017	Workshop zum Förderprogramm „unternehmensWert Mensch“	1	
18.-20.10.2017	BNI M1-Training: Aufbau von Unternehmergruppen für gegenseitige Geschäftsempfehlungen (Wiederholung)	3	
27.-29.10.2017	Co-Creation Workshop	3	
22.11.- 01.12.2017	The ONE Experience, Workshop zur Persönlichkeitsentwicklung	10	
31.12.2017	Human Rising, Workshop zur Persönlichkeitsentwicklung	1	
	Summen	36	28

- Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen**
 Im Berichtszeitraum waren 1 Krankheitstag mit betrieblicher Abwesenheit und 2 Tage im Büro mit gesundheitlicher Einschränkung.
- Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle**
 Es fanden keine Betriebsunfälle statt.
- In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit / Diversität: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden**
 Im Berichtszeitraum habe ich zwei Mal gefastet und anschließend meine Ernährungsweise hin zu weniger Fleisch und mehr unbehandeltes Gemüse umgestellt. Es wurden eine Vorsorgeuntersuchung beim Hausarzt, zwei bei Fachärzten wahrgenommen und 2 Wellnessstage verbracht. Weiterhin 4 Untersuchungen beim Heilpraktiker zum Thema Mineralhaushalt im Körper und 2 Untersuchungen zur Balancierung des Zusammenspiels der Organe von je 1 Stunde.
- 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)**
 Mit mir gilt eine stille Vereinbarung über die Akzeptanz und Förderung von Diversität hinsichtlich Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/psychische Einschränkungen, sexueller Orientierung und Religion.

- durchschnittliche Karenzdauer von Vätern-/Müttern in Monaten
In 2017 gab es keine Karenzzeit für mich als Einzelunternehmer.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

In 2018 und 2019 werden Weiterbildungsangebot bevorzugt wahrgenommen, die meine Entwicklung im Bereich GWÖ fördern und mir die Gelegenheit geben, die Inhalte der GWÖ-Bewegung zu verbreiten.

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfrage

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

Mein Unternehmen kann bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte erfüllt werden, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Einstiegsfrage

- Wie können unsere Arbeitsverträge an individuelle Bedürfnisse angepasst und gleichzeitig solidarisch und gerecht gestaltet werden?

Mein Unternehmen beschäftigt keine Mitarbeiter. Ich erbringe als Fachkraft Leistungen für meine Kunden selbst.

Berichtsfragen

- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster "lebenswürdiger Verdienst" zusteht?

Für mich als Einzelunternehmer besteht ein lebenswürdiges Einkommen, wenn vom Umsatz nach Abzug von Betriebskosten und Steuern ein Gewinn übrigbleibt, um Versicherungsbeiträge, Lebenshaltungskosten, Kosten für Wohnen und Kleidung, Gesundheit und Kultur zu bestreiten.

- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Die Höhe des Gewinns kann ich selbstorganisiert durch die Art und Weise des Beratungseinsatzes bestimmen: intensivere Akquisition von Neukunden, Kundenpflege von Bestandskunden mit weiterem Beratungsbedarf, höhere Beratungsqualität zu einem höheren Honorar und Auslagerung von Nebentätigkeiten an Dienstleister, die nicht zum Kerngeschäft zählen, um weitere Zeit für Haupttätigkeiten zu gewinnen.

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

Meine Arbeitszeiten als Einzelunternehmer werden nicht gesondert erfasst, können jedoch mit meinem gut gepflegten Kalender nachgehalten werden. Überstunden wirken sich nicht auf den Erfolg meines Unternehmens aus und sind daher nicht zwingend nötig.

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

Als Fachkraft in meinem Unternehmen ist es mir freigestellt, Leistungszeiträume für Beratungsleistungen selbst zu bestimmen und mit meinen Mandanten zu verabreden. Alle notwendigen Bestandteile zur Beratung – Ist-Aufnahme, Analyse der Prozesse, Verbesserungspotenziale kreieren, kaufmännische Bewertung der Lösungsalternativen und deren Präsentation beim Mandanten – werden bedarfsgerecht angepasst und selbst festgelegt. Daraus ergeben sich für mich durchaus Freiräume zur gesellschaftlichen Teilhabe.

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

Jeden Tag entscheide ich als Einzelunternehmer erneut mein Arbeitspensum. Es ist eine Frage der Aufmerksamkeit, den eigenen physischen und psychischen Zustand

einzuschätzen, um von einer intensiven Arbeitsphase auf eine erholsame Reflexionsphase umzuschalten, damit ein gesundheitsförderliches Gleichgewicht eingestellt wird.

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

Eine sorgfältige Terminplanung nicht nur für Business-Termine sondern auch für private Erholungszeiten z. B. mit Familie, Gesundheit, Sport und Kultur hat sich für mich als Einzelunternehmer bewährt, um ausufernde und kräftezehrende Zeiten der Geschäftstätigkeit zu vermeiden. Ein Raubbau der eigenen Physis und Psyche wird durch sorgfältige Terminplanung und einer Disziplin der Termineinhaltung unterbunden. Konkret plane ich täglich Zeiten (1 Std.) der persönlichen Weiterbildung (Lesen) ein, einen störungsfreien 3-Std.-Block in der Woche für Konzeptionsarbeit, drei Mal wöchentlich Sport (Yoga oder Laufen).

Verpflichtende Indikatoren

- Höchst- und Mindestverdienst (*innerbetriebliche Spreizung*)

• Jahr	Gewinn vor Steuern
2016	-26.300 €
2017	34.750 €

In 2016 habe ich meinen Verlust aus selbständiger Tätigkeit durch gewerbliche Einkünfte kompensiert und mit Rücklagen aus Überschüssen der Vorjahre meinen Lebensunterhalt finanziert.

- Medianverdienst
Der Gewinn nach Steuern aus selbständigen Einkünften beträgt in 2017 monatlich 2.027 €.
- Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)
Nach Abzug von Sozialversicherungen, Investitionen für Bildung und Rücklagen für Einkommensteuern (ca. 50%) verbleibt für mich als Einzelunternehmer ein lebenswürdiger „Stundenlohn“ von ca. 6,33 €/Stunde.
- Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden)
Die wöchentliche Arbeitszeit beträgt durchschnittlich 40 Stunden.
- Tatsächlich geleistete Überstunden
Sogenannte Überstunden sind für mich als Einzelunternehmer Zeiten für Akquisition und Repräsentation meines Unternehmens vor und nach der Kernarbeitszeit zwischen 9 und 17 Uhr in diversen Netzwerkveranstaltungen. Monatlich summieren sich solche Zeiten bis zu 30 Stunden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Mehrung des erzielten Gewinns auf einen Betrag, der dem Existenzminimum von ca. 9 €/h netto entspricht.

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfrage

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

Mein Unternehmen kann bestätigen, dass ich als einziger Mitarbeitender nicht einseitig belastet oder ausgebeutet werde.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht.

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Einstiegsfrage

- Welche Maßnahmen setzen wir, um ökologisch nachhaltige Handlungsweisen der Mitarbeitenden zu fördern?

Als Unternehmer fördere ich mich in der Rolle als Fachkraft durch Wissenszuwachs und Informationen aus unterschiedlichen Quellen zu ökologischen Themen fördere hierdurch meine nachhaltigen Handlungsweisen: Z. B. Informationen zum Klimawandel veranlasst mich, nicht mehrheitlich den PKW sondern den öffentlichen Nahverkehr zu nutzen. Z. B. Informationen über lange Verrottungszeiten von Plastik veranlassen mich, mehrfach verwendbare Stoffbeutel und Gemüsenetze aus Stoff an Stelle von Plastikbeutel einzusetzen.

Berichtsfragen

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

Ich lege sehr hohen Wert auf eine ökologisch-regionale Herkunft der am Arbeitsplatz oder in der näheren Umgebung konsumierten Lebensmittel. Herausfordernd ist es, Gaststätten zu finden, die regionale Lebensmittel verarbeiten. Selbstgefertigte Speisen wie selbst gebackenes Brot und selbstgefertigte Brotaufstriche aus Gemüsepasten sind ebenfalls angesagt.

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

Ich komme überwiegend mit öffentlichen Verkehrsmittel ins Büro. Ausnahmen sind beschränkt auf Fahrten mit PKW beim Mitführen von schweren Handtraglasten.

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

Weiterbildung in Sachen ökologischem Verhalten betreibe ich auf Eigeninitiative unter Nutzung des Internet, des youtube-Kanals und mit Fachbüchern.

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

In nachstehender Tabelle werden alle Einkäufe seit Juni 2017 für den Haushalt des Unternehmers und deren betragsmäßiger Anteil aus ökologischer Herkunft aufgelistet.

Datum	Lieferant	Gesamtbe-	ökologisch
06.06.2017	Kaufland	101,70 €	
10.06.2017	Kaufland	19,89 €	
24.06.2017	Aldi	12,99 €	
30.06.2017	REWE	20,97 €	20,97 €
30.06.2017	Penny	10,75 €	
03.07.2017	Penny	16,89 €	
05.07.2017	EDEKA	22,82 €	
11.07.2017	Kaufland	79,95 €	

Gemeinwohlbericht Kompaktbilanz

11.07.2017	Veganz	12,94 €	12,94 €
05.08.2017	Kaufland	128,61 €	
14.08.2017	Veganz	15,83 €	
26.08.2017	Kaufland	55,61 €	
26.08.2017	Allnatura	10,51 €	10,51 €
09.09.2017	Kaufland	124,25 €	
09.09.2017	DM	17,80 €	
07.10.2017	Kaufland	91,37 €	
17.10.2017	Kaufland	81,26 €	
14.11.2017	Kaufland	67,47 €	
02.12.2017	Veganz	52,54 €	52,54 €
02.12.2017	Kaufland	131,58 €	
14.12.2017	Kaufland	102,92 €	
20.12.2017	Kaufland	96,25 €	
20.12.2017	Selgros	40,00 €	40,00 €
28.12.2017	Kaufland	138,59 €	
28.12.2017	Istanbul	16,48 €	
	Summe	1.469,97 €	136,96 €

Anteil ökologischer Verpflegung am Gesamteinkauf: 9,3 %

- Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß
Nachstehende Reisen habe ich in der Rolle als Fachkraft unternommen.

Datum	Anlass	Entfernung	PKW	ÖPNV	Fahrrad	zu Fuß
04.02.2018	Heimfahrt	8	8			
04.02.2018	Salzburg – Berlin	780		780		
03.02.2018	Lernweg	5				5
02.02.2018	Lernweg	5				5
01.02.2018	Jena – Salzburg	480		780		
01.02.2018	Mentorum	8		8		
31.01.2018	Mentorum	8				8
30.01.2018	Berlin - Jena	300		300		
29.01.2018	GWÖ Berlin	24		24		
29.01.2018	Büro	11	11			
28.01.2018	Weinheim – Berlin	620		620		
27.01.2018	Weinm. – Frankenthal	66	66			
26.01.2018	Berlin – Weinheim	620		620		
26.01.2018	Tagung Werte	14		14		
26.01.2018	Tagung Werte	14		14		
25.01.2018	BNI	11		11		

22.- 24.01.2018	Büro	33	33			
21.01.2018	Stuttgart – Berlin	630		630		
15.- 21.01.2018	Integral- Coach Ausbildung	30				30
14.01.2018	Berlin – Stuttgart	630		630		
12.01.2018	Arzt	15		15		
12.01.2018	GWÖ Berlin	15		15		
12.01.2018	Kultur	6		3		3
08.- 10.01.2018	Büro	33	33			
10.01.2018	Bespre- chung	10		10		
08.01.2018	Bespre- chung	10		10		
02.- 05.01.2018	Büro	44	44			
	Summe	4.430	195	4.184	0	51
	Quote	100,0 %	4,4%	94,4%	0,0 %	1,2%

- **Nutzungsgrad des ökologischen Betriebsangebots der Mitarbeitenden in %**
In der Rolle als mitarbeitende Fachkraft nutze ich ein Jahres-Ticket des öffentlichen Nahverkehrs in Berlin im eigenen Unternehmen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Vergrößerung der Quoten

- eingekaufter Lebensmittel mit Bio-Qualität (d.h. 70% regional, bio, fair)
- des Anteils an Fahrwegen mit ÖPNV

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?

Ich kann bestätigen, dass in meinem Unternehmen weder Verschwendung gefördert noch unökologisches Verhalten geduldet wird.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Einstiegsfrage

- **Wie leben wir Transparenz und Partizipation in unserem Unternehmen?**
Gelebte innerbetriebliche Transparenz in meinem Einzelunternehmen ist gegeben. In meinen Rollen als Unternehmer, Manager und Fachkraft sind alle Teile gleichmäßig und gleichzeitig informiert und haben an allen Belangen teil.

Berichtsfragen

- **Welche wesentlichen/kritischen Daten sind für die Mitarbeitenden leicht zugänglich?**
Ich habe in Personalunion als Unternehmer und Mitarbeitender vollen Einblick in alle Unternehmensdaten.
- **Wie werden Führungskräfte ausgewählt, evaluiert und abgesetzt? Von wem?**
Ich habe in Personalunion als Unternehmer, Führungskraft und Mitarbeitender vollumfängliche Entscheidungs- und Mitbestimmungskompetenz bei Auswahl, Evaluierung und Beendigung von eigenen Mandaten und der Auswahl und dem Einsatz von mitwirkenden Dienstleistungsunternehmen.
- **Welche wesentlichen Entscheidungen können die Mitarbeitenden mehrheitsdemokratisch oder konsensual mitbestimmen?**
Ich habe in Personalunion als Unternehmer und Mitarbeitender uneingeschränktes Mitbestimmungsrecht in allen Unternehmensbelangen.
- **Welche Erfahrungen wurden bisher mit mehr Transparenz und Mitbestimmung gemacht?**
Keine, da ich in Personalunion Unternehmer und Fachkraft bin.

Verpflichtende Indikatoren

- **Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %).**
Der Grad der Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten beträgt 100%.
- **Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden (in %).**
In Personalunion als Unternehmer, Führungskraft und Mitarbeitenden beträgt in meinem Unternehmen die Legitimierung der Führungskräfte 100%.
- **Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %).**
Alle Entscheidungen werden in Personalunion aus Unternehmer und Mitarbeitender getroffen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Einzelunternehmer

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Entfällt, da Einzelunternehmer

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfrage

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

Mein Unternehmen kann bestätigen, dass keine Verhinderung des Betriebsrates vorliegt. In meinem Einzelunternehmen gibt es keine Betriebsrat.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht

D1 Ethische Kundenbeziehung

Einstiegsfrage

- Was sind unsere Werte und Prinzipien gegenüber Kund*innen, und wie setzen wir diese im Unternehmen um – von der Produktentwicklung über die Kund*innengewinnung bis zur Kund*innenpflege?

Als Unternehmer der Thomas Uloth Unternehmensberatung wähle ich meine Wunschkunden nach meiner Werteorientierung aus. Die Werte des Kunden werden in Erstgesprächen als Grundlage für eine Entscheidung zum Vertragsabschluss eingeschätzt oder festgestellt. Werte für eine gedeihliche Geschäftsbeziehung sind Integrität, Professionalität, Solidarität, Gerechtigkeit, Transparenz und ökologische Nachhaltigkeit. Die Geschäftsbeziehung ist als dauerhafte Beziehung angelegt. Eine Fortentwicklung der Beratungsthemen wird in Wechselwirkung mit den Kunden betrieben.

Berichtsfragen

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

Kunden werden in meinem Unternehmen durch Direktansprache, eigene regelmäßige Präsentation meiner Beratungsleistungen in einem ethischen Unternehmer-Empfehlungs-Netzwerk, Visitenkarten und Homepage gewonnen.

Kunden erfahren eine wertschätzende, zugewandte Beratung auf Augenhöhe, die sich eng am Kundenauftrag, an der zuvor vereinbarten Zielsetzung und den kommunizierten Erwartungen orientiert. Während der Kundenbeziehung sind mir die Werte Vertrauen, Zufriedenheit, Zuverlässigkeit, Professionalität wichtig.

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

Der Kunde weiß vor dem Vertragsabschluss durch ein ausführliches Erstgespräch, ob ich ihm aus seinem Problem helfen und in welcher Qualität er von mir Beratungsleistungen erwarten kann. Mein Preismodell der Beratungsleistungen ist in der Regel zeitunabhängig und richtet sich nach dem gemeinsam bewerteten Nutzen des Kunden. Hier ist insbesondere eine Absprache über den kundenseitigen Umsetzungswillen des Beratungsergebnisses wichtig, um sicher zu stellen, dass sich beim Kunden der gewünschte Erfolg einstellen kann und wird.

- 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?

Dies sind z. B. NGO oder Vereine. Ihnen biete ich meine Leistungen auch gegen Gegenleistungen an.

Verpflichtende Indikatoren

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

Laut Jahresabschluss 2017 beträgt mein Budget für Marketing und Werbung 6.383 €.

- **Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %**
Eine gesonderte Bezahlung für einen Vertriebsmitarbeitenden gibt es keine. Unternehmer und Vertriebsmitarbeitender sind in Personalunion. Die Bezahlung für Vertriebsleistungen ist Bestandteil des ausgeschütteten Betriebsergebnisses.
- **Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein**
Interne Umsatzvorgaben gibt es keine. Mit den Umsätzen wird mindestens Kostendeckung angestrebt.
- **Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird.**
Im Berichtszeitraum wurden keine benachteiligten Kunden bedient.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Verbesserung meiner Kundenbeziehungen.

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfrage

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

Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt wurden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern

Einstiegsfrage

- Was zeichnet eine kooperative und solidarische Haltung gegenüber Mitunternehmern für uns aus?

Eine kooperative und solidarische Haltung gegenüber Mitunternehmern zeichnet mein Unternehmen mit der Haltung wertschätzender Kommunikation auf Augenhöhe, der Haltung gegenseitigen Respekts vor den Bedürfnissen beider Kooperationspartner und der Haltung von Zusammenhalt sowohl in schwierigen Zeiten als auch bei kritischen Situationen gegenüber den gemeinsamen Kunden aus.

Berichtsfragen

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

Als Unternehmensberater für kleine und mittlere Unternehmen kooperiere ich mit

- Comfort-Consult, Jena
- iXpro GbR, Döbeln
- Unternehmensnachfolgezentrum Deutschland e. V., Kitzingen
- Aktion Beruf und Leben 50plus gUG, Krailing
- regibio eG i.G., Lübtheen (früher Platz des Friedens eG i.G.)
- smile! GbR, Berlin, Sekretariatsdienstleistungen

mit dem Ziel des kollegialen Erfahrungsaustausches, der Methodenentwicklung und der gegenseitigen Empfehlung, um die Zielgruppe KMU bei der Transformation zu integralen Unternehmen gut begleiten zu können.

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

Als Kooperationspartner arbeitete ich ehrenamtlich für das gemeinnützige Unternehmen „Arbeit und Leben“, Krailing, vor Ort in Berlin

Für die Genossenschaft „Platz des Friedens“, Lübtheen, verbesserte ich ehrenamtlich deren Geschäftsprozesse.

Ein mittelloses Startup „Familienglück“, Potsdam, beriet ich kostenfrei zur Existenzgründung.

Mit einem Geschäftspartner in Notlage führte ich kostenfreie Coaching-Gespräche.

Meine Mitwirkung bei der GWÖ im Energiefeld Berlin-Brandenburg ist unentgeltlich.

Im Unternehmernetzwerk BNI wirke ich ehrenamtlich in einer Unternehmergruppe zur Erfüllung der Vision („Wir wollen die Art und Weise, wie in dieser Welt Geschäfte gemacht werden, verändern“) und des Mottos („Wer gibt, gewinnt“) und zur Gabe von Geschäftsempfehlungen an andere Unternehmer im BNI-Netzwerk.

Verpflichtende Indikatoren

- Wie hoch ist der investierte Zeit- / Ressourcenaufwand für Produkte und Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil)

Investierter Zeitaufwand

Kooperationspartner	Zeiteinsatz	%-Anteil
Gründer 50plus	37 h	2,10 %
Mentorum	15 h	0,85 %
UNZD	34 h	1,93 %
Platz des Friedens	18 h	1,02 %
PerConPro	18 h	1,02 %

- Wie viel Prozent von Zeit / Umsatz wird durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet / erzielt:
 - Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional): 49 h
 - Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere ZG ansprechen: 55 h
 - Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer ZG: 18 h

- In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: x/3)
 - Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards Gründer 50plus, Platz des Friedens
 - Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (responsible Lobbying) Kein Beitrag zur Erhöhung der gesetzlichen Standards.
 - Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards Mentorum, UNZD, PerConPro

- Wie viele Arbeitskräfte / Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen
 - anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
Es wurden keine Mitarbeitenden an andere Branchen weitergegeben. Ich habe keine Mitarbeiter.
 - der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
Es wurden keine Mitarbeitenden an andere Branchen weitergegeben. Ich habe keine Mitarbeiter.

- Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen
 - anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
Es wurden keine Aufträge an andere Branchen zur Unterstützung von Mitunternehmen weitergegeben.
 - der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge)
Es wurden keine Aufträge an gleiche Branchen zur Unterstützung von Mitunternehmen weitergegeben.

- Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmittel, die an Unternehmen
 - anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Es wurden in 2017 Geldmittel in Höhe von 5.000 € an andere Branchen zur Unterstützung von Mitunternehmern weitergegeben.

- o der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmern zu unterstützen? (Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn)

Es wurden keine Geldmittel an gleiche Branchen zur Unterstützung von Mitunternehmern weitergegeben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Zur Verbesserung der Kooperation mit Mitunternehmern, wird es wichtig sein, mit weniger Mitunternehmern intensivere Kooperationen einzugehen. Ziel ist es, bestehende Kooperationen auf Werthaltigkeit zu analysieren und nur noch starke Kooperationen aufrecht zu erhalten.

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

Berichtsfrage

Kann das Unternehmen bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmern komplett verzichtet wird?

Das Unternehmen kann bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmern komplett verzichtet wird.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Einstiegsfrage

- Welche ökologischen Auswirkungen entstehen in Zusammenhang mit der Nutzung und Entsorgung unserer Produkte und Dienstleistungen durch unsere Kund*innen? Die von mir beratenen Kunden erfahren den Nutzen der Geschäftsprozess-Optimierungen, die insbesondere auf Ressourcenschonung und Vermeidung von Verschwendung ausgerichtet ist. Das sind insbesondere Verbrauchsmaterialien, Betriebsstoffe und Energien (Strom, Heizenergie).

Berichtsfragen

- Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen? Die ökologische Auswirkung durch Stromverbrauch für EDV Betrieb (Rechner), die Menge erzeugter Abgase für Fahrten mit dem PKW zum Kunden oder Fahrten des Kunden in mein Büro und der Papierverbrauch für Notizen, Dokumentation und Beratungsberichte wurden im Berichtszeitraum nicht erfasst.
- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert? Zunächst muss der Verbrauch von Ressourcen zur Erbringung von Beratungsleistungen erfasst werden, damit Einsparpotenziale aufgedeckt, Maßnahmen zur Reduzierung entschieden und anschließend umgesetzt werden.
- Wie sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im Geschäftsmodell verankert? Ein Beratungsergebnis genügt erst dann meinen eigenen Qualitätsansprüchen, wenn es meinem Kunden dauerhaft Nutzen stiftet, ihm wirtschaftliche Vorteile bringt und er bei innovativer Produkt- und Leistungserbringung ökologische Vorteile erlangt. Konkret bedeutet das im Falle von Gründer 50plus, arbeitslose Menschen jenseits des 50sten Lebensjahres berufliche Perspektiven zu bieten und sie in eine sinnstiftende Beschäftigung zu begleiten. Im Falle von Mentorium bedeutet dies, mit Unternehmern eine Marketingstrategie zu entwickeln, die Sie mit ihrem Produkt oder Dienstleistung am Markt wesentlich wahrnehmbarer und damit wirtschaftlich besser werden lässt. Im Falle von UNZD begleite ich Unternehmer in der Unternehmensnachfolge in Kooperation mit Steuer- und Rechtsberatern, damit der Unternehmensübergang in seiner ganzen Komplexität gelingt.
- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert? Reduktion des Energieverbrauchs für Reisen zu Beratungsgesprächen wird im Berichtszeitraum in 2 von 10 Fällen durch Telekommunikation bewirkt. Ein ständiges Prüfen der Sinnhaftigkeit der Beratungsergebnisse und Gegenprüfung von Alternativen gewähren suffiziente Nutzung beim Kunden.

- **Wie wird die maßvolle Nutzung in der Kommunikation mit Kund*innen gefördert?**
Durch genaue Absprachen im Rahmen des Beratungsauftrags und die Bildung von sinnvollen Lösungs-Alternativen während der Erbringung der Beratungsdienstleistung werden ökologische Gesichtspunkte gewahrt und die maßvolle Nutzung gemeinsam mit dem Kunden abgewogen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Analyse genutzter Produkte auf ökologische Auswirkungen und Ersatzmöglichkeiten durch nachhaltige Produkte. Aber auch Zuzahlungen sog. Ökostrom-Zulagen bei Bahnnutzung.

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Berichtsfrage

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

Ich kann bestätigen, im Berichtszeitraum keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen bewirkt zu haben.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Einstiegsfrage

- Wie transparent sind wir gegenüber unseren Kund*innen, und welche Mitsprachemöglichkeiten oder Mitentscheidungsrechte geben wir ihnen?

Meine Kunden haben mit ihrem Feedback Einfluss auf die Qualität der Beratungsleistung und Produktentwicklung.

Sie werden vollumfänglich über die Chancen und Wirkungen meiner Beratungsprozesse aufgeklärt, die sie bei Beauftragung erfahren werden, um für sich die Inanspruchnahme meiner Beratung entscheiden zu können.

Berichtsfragen

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund*innen eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?

Im Berichtszeitraum wurde insbesondere Beratungen zur Marketing- und Vertriebsstrategie (Mentorum) auf individuelle Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten. Für Existenzgründer steht das Neukundengeschäft im Vordergrund (Marketingstrategie), für Unternehmer mit stagnierendem Geschäftserfolg mehr die Kundenpflege (Vertriebsstrategie). Stets entscheiden meine Kunden die Quote aus beiden Beratungsanteilen aus ihrem Bedarf heraus.

Eine Beratung zur Unternehmensnachfolge (UNZD) erfolgt nie standardisiert. Einmal ist es mehr der Coaching-Aufwand für den abgebenden Unternehmer, der nicht loslassen kann. Ein andermal ist es die Beratung für den übernehmenden Unternehmer, der häufig mit der Führung der Mitarbeiter hadert, weil sie älter und erfahrener sind als der junge neue Chef.

- Werden Impulse von Kund*innen zur sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen aufgenommen?

Gerne nehme ich insbesondere die Impulse meiner Mandanten aus dem Unternehmensübergang auf, wenn sie dazu dienen, Mitarbeitende des Unternehmens in ihrer Leistungsfähigkeit zu halten oder gar diese zu verbessern. Wertvoll sind auch die innovativen Impulse des nachfolgenden Unternehmers zur ökologischen Verbesserung der Produkterzeugung, die ich als know-how mit in künftige Aufträge mitnehme.

- Welche Produktinformationen sind öffentlich zugänglich (Inhaltsstoffe, Wertschöpfungskette, ökologisch relevante Informationen, Preisfindung)?

Mein Beratungskonzept zur Marketing- und Vertriebsstrategie für kleine und mittlere Unternehmen ist mit einer White-Board-Animation auf meiner Website in Bild und Ton dargestellt.

Verpflichtende Indikatoren

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

Im Berichtszeitraum gab es keine Dienstleistungsverbesserung durch Klienten.

- Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes).
Mein Unternehmen führt keine Produkte mit schädlichen Inhaltsstoffen.
- Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes).
Die Preise meiner Dienstleistung sind nicht öffentlich kommuniziert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kundenbefragung durchführen

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?

Das Unternehmen kann bestätigen, dass Produkte keine Schadstoffe enthalten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Einstiegsfrage

- In welcher Form dienen unsere Produkte/Dienstleistungen dem Grundbedarf, dem persönlichen Wachstum der Menschen, der Stärkung der Gemeinschaft oder der Regeneration der Erde?

Meine Unternehmensberatung erbringt Dienstleistungen für Unternehmer, die zusammen mit ihrem Unternehmen wachsen und sich und ihr Unternehmen entwickeln wollen. Mit Wachstum ist das persönliche Wachstum an Reife des beratenen Unternehmers gemeint. Mit der Entwicklung ist die Bewusstseinsentwicklung des Beratenen gemeint, die zu mehr Verantwortung des Unternehmers in der Führung seiner Mitarbeiter, zu mehr Kooperation und Ko-Kreation mit seinen Kunden, zu mehr Wertebewusstsein bei der Auswahl von Lieferanten führt. Insbesondere gilt es, den Blick auf den Kontext zu richten, in welchem das Unternehmen in der Gesellschaft, dem Markt und Sozialgefüge eingebettet ist. Mit allem Tun und Handeln sollte es dem beratenen Unternehmer am Ende darum gehen, die Welt ein Stück lebenswerter zu machen.

Berichtsfragen

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

Mit der Beratungsdienstleistung wird in der Hauptsache erreicht, dass der beratene Unternehmer sich auf die Nutzenstiftung seines Unternehmens an seine Kunden fokussiert (Entwicklung). Seine verbesserte Führungskompetenz schafft eine Unternehmenskultur, die ein vertrauensvolles Miteinander mit den Mitarbeitern schafft (Sicherheit, Wohlbefinden). Eine Führung mit Sinngebung an die Mitarbeiter bewirkt durch sie die Erzeugung von Produkten und Leistungen für die Kunden des Unternehmens in einer Qualität, die Erwartungen übertrifft (Verstehen/Einfühlen). Kunden fühlen sich überdurchschnittlich gut bedient, empfehlen das Unternehmen und tragen mit ihrem Feedback zur Anpassung von Produkten und Dienstleistungen an die sich für sie wandelnde Bedürfnisse bei (Teilnehmen, kreatives Schaffen). Der Beratungsteil zur Geschäftsprozessoptimierung zeigt dem beratenen Unternehmer Potenziale zur Ressourcenschonung und Reduzierung von Verschwendung auf (Umweltschonung).

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

Beauftragte Beratungsdienstleistung zur extrinsischen Motivation der Mitarbeiter oder Kundenerlangung mit irreführenden Werbeaussagen oder Möglichkeiten zur Vertuschung von Umweltbelastungen sind potenziell möglich, werden jedoch aus ethischen Gründen nicht ausgeführt.

- In welcher Form dienen unsere Produkte/Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?

Mit entwickelter Führungskompetenz des beratenen Unternehmers begegnet er seinen Mitarbeitern auf Augenhöhe (Wertschätzung, Respekt). Nur so kann er von

ihnen etwas bekommen, was er mit Entgelt von ihnen nicht „erkaufen“ kann, nämlich Bereitschaft zum Mitdenken, Lust auf Kreativität, Freundlichkeit insbesondere zu Kunden, Problemlösungsorientierung und Verantwortungsbereitschaft. Dieses schenkt der Mitarbeiter dem Unternehmer erst dann, wenn er gerne bei ihm arbeitet. In solch einem Modus ist der Boden fruchtbar für persönliches Wachstum der Mitarbeiter und die Ursachen zur Beeinträchtigung deren Psyche und Gesundheit (Manipulation) sind de facto ausgeschlossen.

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

Wenn als weltweiten Probleme Klimawandel, Energiewende, Ressourcenendlichkeit, demographische Entwicklung und Migration erkannt werden, so wird meine werteorientierte Beratungsdienstleistung den beratenen Unternehmer einladen, sich an diesen Werten ebenfalls auszurichten: Menschenwürde verbessert am Ende die Unternehmenskultur, Gerechtigkeit in der Einkommensspreizung vermeidet Neid und Enttäuschung bei den Mitarbeitern, Solidarität mit den Kunden und Interessensvertretern führt zu ko-kreativen Prozessen zur Verbesserung der Produkte oder Dienstleistungen, ökologische Nachhaltigkeit schont die Umwelt und hat positive Signalwirkung zu allen Berührungsgruppen des Unternehmens und lädt zum Mittun ein, Open-Book-Management bewirkt Transparenz gegenüber den Mitarbeitenden und versetzt sie in die Lage, sinnvoll mitentscheiden zu können.

Meine Beratung sensibilisiert den beratenen Unternehmer, sein Handeln in einer Weise zu ändern, um Verschwendung durch geplante Obsoleszenz zu vermeiden, um mit wertschätzender Kommunikation Burnout oder Boreout vorzubeugen, um sparsam mit eingesetzten Roh- und Betriebsstoffen umzugehen und um damit einer zunehmenden Ressourcenknappheit zu begegnen.

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes im Berichtszeitraum:

1. Erfüllte Bedürfnisse
 - decken Grundbedürfnisse 100 %
 - Statussymbol/Luxus 0 %
2. Dienen der Entwicklung
 - der Menschen 50 %
 - der Erde/Biosphäre 20 %
 - löst gesellschaftlich/ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen 30 %
3. Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:
 - Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen 100 %
 - Hemmender/Pseudo-Nutzen 0 %
 - Negativnutzen 0 %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Erhöhung des Anteils an Beratungsmandaten mit Transformation zu integralen Unternehmen.

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfrage

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

Das Unternehmen kann bestätigen, dass keine menschenunwürdigen Dienstleistungen verkauft werden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Einstiegsfrage

- Wie stellen wir eine faire Balance zwischen dem, was wir für das Gemeinwesen leisten, und dem, was wir daraus erhalten, her?

Geben und nehmen bringe ich persönlich sowohl als Mitglied der Gemeinschaft als auch als Berater im Business-Kontext regelmäßig in Balance. Ich spende regelmäßig an gemeinnützige Vereine:

- Verein Sachsenhaus e. V.
- Förderverein ProAsyl e. V.
- Arbeiter Samariter Bund (ASB)
- Deutsche Lebensrettungsgesellschaft e. V. (DLRG)
- Gemeinwohlökonomie e. V. (GWÖ)
- Unternehmensnachfolgezentrum Deutschland e. V. (UNZD)

Ich gehöre Berufsverbänden und Business-Netzwerken an und bringe mich zum Wohl deren Mitglieder ein.

- Verband Deutscher Gießereifachleute (VDG)
- Bundesverband mittelständischer Wirtschaft (BVMW)
- Business Network International (BNI)
- Freelancer International

Meine Beiträge zur Schonung der Ressourcen und Vermeidung von Verschwendung sind weitgehende Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel für Fahrten zu privaten Veranstaltungen und viele kleine Maßnahmen in Küche und Haushalt, Urlaub und Freizeit und Beziehungen mit meinem Umfeld.

Aus der Gemeinschaft bekomme ich wertschätzende Anerkennung, ergänzende Informationen, wertvolles Feedback und Geschäfts-Empfehlungen. Auch erkenne ich Sinn für mein Tun durch deren Verhalten mir gegenüber, was mir Freude bereitet. Und zuletzt erbringen meine Kunden auch Gegenleistungen in Form von Naturalien, die mein Etat entlasten.

Berichtsfragen

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

Mein Unternehmen zahlt alle gesetzlichen Steuern aus Umsatz, Konsum und Ertrag an das Wohnsitzfinanzamt.

Förderungen bekomme ich keine. Subventionen unbekannter Weise und nur dann, wenn ich verborgen subventionierte Lebensmittel zum Eigenverbrauch kaufe.

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

Unterstützung der „Demokratie in Bewegung“ (DiB) mit Spenden in Höhe von 200,00 € und persönlichem Einsatz zur Wahlwerbung in 2017. Die DiB will konkret die Ziele der GWÖ in der Gesellschaft fördern.

Honorarfreie Impulsvorträge zur GWÖ vor interessiertem Publikum der Querdenker, Meetup Berlin, NABU Steinfurt, BNI-Interessensgruppe für Nachhaltigkeit.

- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens?
Mit der Information zur GWÖ wird das Bewusstsein der Zuhörer erweitert, das Interesse geweckt und im Bestfall das verantwortliche Handeln zum Schutz der Umwelt des Einzelnen verändert.
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert wird?
Als Einzelunternehmer gelten für mich Moral, Ethik und Einhaltung der geltenden Gesetze, die ich konsequent einhalte.

Verpflichtende Indikatoren

Umsatz

Nettoabgabenquote, darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden:

- effektiv bezahlte Ertragsteuern (Einkommenssteuer, Körperschaftssteuer)
Die voraussichtliche ESt-Nachzahlung für 2017 beträgt ca. 20.000,00 €
- lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber
keine
- Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten
keine
- abzüglich aller unternehmensbezogenen Subventionen und Förderungen
keine

Diese Netto-Abgaben werden auf die ausgewiesene Wertschöpfung (Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Mieten und Verpachtung) bezogen und ergeben damit die relative Netto-Abgabenquote.

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

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Reduzierung von privaten PKW-Fahrten
Komplette Vermeidung von Plastiktüten

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?

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es keinerlei Praktiken betreibt, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entzieht.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfrage

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

Das Unternehmen kann bestätigen, dass es selbst keine korruptionsfördernde Praktiken oder Lobby-Aktivitäten betreibt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Einstiegsfrage

- **Wie erkennen wir potenziell schädliche Umweltwirkungen und vermeiden diese?**
Als potenziell schädliche Umweltwirkungen erkenne ich den über das notwendige Maß hinausgehenden Energieverbrauch, der mit fossilen Brennstoffen erzeugt wird. Das notwendige Maß wird z. B. mit der Leistungserbringung für meine Kunden erreicht. Darüber hinaus gehen Energieverbräuche, die mit anderen technischen Lösungen genau so gut bereitgestellt werden können, z. B. den Weg von zu Hause zum Büro oder Kunden mit öffentlichen Verkehrsmittel oder mit dem Fahrrad zu überwinden und nicht mit dem Pkw. Dies ist bequem nur bei guter Witterung. Bei starkem Regen, schweren Handtraglasten oder Frost ziehe ich eine Fahrt mit dem Pkw dem Fahrrad oder Fußweg zwischen Büro und Kunden vor.

Berichtsfragen

- **Welche negativen Umweltwirkungen in Bezug auf Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?**
All meine Arbeitsprozesse werden durch Denkarbeit konzipiert und am Computer (Stromverbrauch, Investitionsgut), Flip-Chart (Papier, Stifte) und Metaplanwand (Karten) umgesetzt. Später mit Fotoprotokoll (Handy) aufgenommen und dem Kunden gegenüber häufig als Print (Papier, Druckertoner) dokumentiert.
- **Welche Daten zu den wesentlichen Umweltwirkungen (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?**
Die genauen Daten über kundenbezogene Material- und Energieverbräuche werden nicht erhoben.
- **Wie werden Umweltdaten veröffentlicht?**
Auch werden die umweltrelevanten Daten zur Leistungserzeugung nicht veröffentlicht.

Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

- **Ausstoß klimawirksamer Gase in kg**
Ein unternehmensbezogener Ausstoß klimawirksamer Gase (NO-x, CH₄, etc.) sind mengenmäßig nicht bekannt.
- **Transporte (und dessen CO₂ Äquivalent) in km bzw. kg**
Transporte meiner Dienstleistungen erfolgen mit ganz wenigen Ausnahmen auf elektronischem Weg als Datei via E-Mail.
- **Benzinverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in Liter bzw. kg**
Im Berichtszeitraum wurden geschäftlich 115,18 Liter Diesel bzw. 355,9 kg CO₂ Äquivalente für ca. 2.100 km verbraucht.

- **Stromverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg**
Mein Stromverbrauch im Büro beträgt 496,05 kWh/Jahr bzw. 149,81 CO₂ Äquivalente.
- **Gasverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg**
Im Unternehmen wird Gas nur zur Beheizung der Büroräume durch den Vermieter verbraucht. Jedoch nicht zur Erbringung von Beratungsdienstleistungen.
- **Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C**
Mein Heizenergieverbrauch beträgt 9.737,29 kWh/Jahr.
- **Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m³**
Der Wasserverbrauch im Büro beträgt ca. 0,79 m³/Jahr.
- **Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg**
Chemikalien in Putzmittel werden weniger als 1 kg/Jahr eingesetzt.
- **Papierverbrauch in kg**
Im Jahr 2017 habe ich ca. 10 kg Papier verbraucht.
- **Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg**
Sonstige Schreibutensilien, Ordner und Büromaterialien wiegen ca. 2 kg.
- **Kunstlichteinsatz in Lumen, kWh**
Der Energieverbrauch für Kunstlicht ist im vorstehenden Stromverbrauch enthalten.
- **Schadstoffemissionen in kg**
Der Schadstoffemissionsbericht liegt mir nicht vor.

Die jeweiligen Messwerte sollten auf betrieblich relevante Kenngrößen umgelegt werden (z.B. kg CO₂ pro Mitarbeitendem oder bezogen auf den Umsatz). Die Bezüge können dann zur Überprüfung der Erreichung des Ziels „Reduzierung“ genutzt werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Reduzieren der Energie- und Materialverbräuche

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?

Mein Unternehmen kann bestätigen, dass es nicht gegen bestehende Umweltauflagen verstößt bzw. nicht unangemessen die Umwelt belastet.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Einstiegsfrage

- Wie machen wir die Wirkungen unseres unternehmerischen Handelns sichtbar, und wie ermöglichen wir Mitbestimmung aufgrund legitimer Interessen der gesellschaftlichen Berührungsgruppen?

Mein unternehmerisches Handeln wird sichtbar durch mein persönliches Auftreten in Business-Netzwerken (BVMW, IBWF, BNI, VDG, UNZD, Gründer 50plus, Mentorium, iXpro, PerConPro, GWÖ) und durch digitale Medien (Website www.aus-einem-guss.com, www.erfolgreich-im-wettbewerb.de). Legitime Interessen dieser Berührungsgruppen sind, mich als Mitglied in deren Verbandsgemeinschaft einzubringen und an gemeinsamen Projekten mitwirken zu lassen. Hierzu sind in den jeweiligen Satzungen Kommunikationswege beschrieben, die Erwartungen der Verbände an mich als deren Mitglied transportieren. Auf diese Weise üben diese Berührungsgruppen ihr Mitbestimmungsrecht per Satzung auf mich aus.

Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst und in welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation, Zugänglichkeit für die Öffentlichkeit)?

Kritische Informationen über gefahrene km und die damit verbundene durch mich erzeugte CO₂-Belastung, aufgewandte Energie in kWh oder gar mein persönlicher ökologischer Fußabdruck sind auf meinen Webseiten nicht veröffentlicht.

Alle vorgenannten Berührungsgruppen sind bis auf die GWÖ nicht erklärt ökologisch nachhaltig wirtschaftend.

Gleichwohl wurde am 04.04.2018 im Unternehmernetzwerk BNI (Business Network International), Region Berlin, ein „GWÖ-Power-Team“ gegründet, um ethische Werte der GWÖ in Unternehmerkreisen mehr bekannt zu machen. Unternehmer im BNI-Netzwerk teilen die gemeinsame Vision, die Art und Weise, wie in der Welt Geschäft gemacht wird, zu verändern. Hier liegt die Vermutung nahe, dass die Grundhaltung der Unternehmer im BNI-Netzwerk offen für ethisches Wirtschaften im Sinne der GWÖ ist.

- Wie können Bürger*innen in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?

Mit mir können alle Bürger*innen persönlich, telefonisch, per E-Mail oder Briefpost in Verbindung treten, um legitime Interessen ihrer Berührungsgruppe mir gegenüber zu vertreten.

- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Dialoge werden zunächst als Gesprächsprotokoll dokumentiert. Daraufhin erfolgt eine Auseinandersetzung mit den eingebrachten Themen und eine Abwägung zur Änderung des eigenen Verhaltens vor dem Hintergrund der eigenen Grundhaltung und Werte.

Verpflichtende Indikatoren

- **Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung**
Eine Veröffentlichung meines Gemeinwohlberichts erfolgt unverzüglich nach einer Auditierung in 2018 auf meinen Webseiten.
- **Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitbestimmungsgrad)**
Bis auf meine Außendarstellung durch eine Visitenkarte der GWÖ habe ich als Einzelunternehmer alle Entscheidungen alleine gefällt. Im Falle meiner Visitenkarte der GWÖ will der Arbeitskreis Berater im Energiefeld Berlin-Brandenburg mitentscheiden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Entfällt, da Erstbericht

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Veröffentlichung eigener Aktivitäten über meine Verbesserung der Sozialbeziehungen und umweltschützenden Maßnahmen.

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?

Als Einzelunternehmer kann ich bestätigen, dass ich keine falschen Informationen über mein Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomen verbreite.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Entfällt, da Erstbericht.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

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

In den kommenden 2 Jahren will ich als Einzelunternehmer insbesondere die Potenziale zur ökologischen Nachhaltigkeit ausschöpfen und besser werden, wenn es um Ressourcenschonung und weniger Verschwendung geht.

Auch will ich aktiv Unternehmen für das Konzept der Gemeinwohlökonomie gewinnen, die bereit sind, Werte der GWÖ zu teilen, sich mit ihr zu entwickeln und mit ihrer veränderten Haltung positiv auf ihre Mitarbeitenden wirken.

Langfristige Ziele

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

In den kommenden 3 bis 5 Jahren baue ich im Rahmen einer Partnerschaftsgesellschaft mit anderen Beratern das Beratungsgeschäft zur Transformation von Unternehmen in integrale Unternehmen aus. Das Konzept der GWÖ wird zentrales Element für grundlegende Kriterien und Messgrößen bei der Beurteilung des Grades der Transformation der beratenen Unternehmen.

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.

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?

Die Erstellung des GWÖ-Berichts wurde für die Berührungsgruppen in Kapitel C, D und E weitestgehend in Eigenregie zwischen dem ersten und zweiten Modul der GWÖ-Beraterausbildung erstellt. Auf der Hälfte des Zeitraumes zwischen den beiden Ausbildungsmodulen gab es ein Treffen der Peergroup „Nord“ zum Informellen Austausch. Der Peergroup Nord gehören die Teilnehmer des GWÖ-Lehrgangs Frühjahr 2018 in Salzburg Jan Koltermann, Anja Zschäck und Thomas Uloth an. Anregungen aus diesem Treffen sind in meinem Bericht eingearbeitet. Mein Dank hierfür geht an die Peergroup „Nord“.

Die Berichtsbestandteile zu den Berührungsgruppen A und B wurden in Eigenregie erstellt. Die Empfehlung aus dem Abschluss-Coaching zur Beraterausbildung wurde umgesetzt: Die Ausbildungsgruppe wurde als meine Peer-Group gebeten, meinen Bericht zu prüfen, Anregungen, Korrekturen und Ergänzungen zu geben, mit welchen ich die Schlussfassung meines Berichtes anfertigen und zum Audit vorlegen kann.

Insgesamt wurden bislang ca. 24h für diesen Bericht aufgewandt.

Datum: 10. Juli 2018

